إعلام المسلمين



أسامة عبد الرحمن

إعلام المسلمين

أسامة عبد الرحمن

مقدمة

للإعلام دور هام فى تغيير سلوك الإنسان بتغيير المعارف والقيم عن طريق المناقشة والإقناع ويفترض فى برامج الإعلام أن تؤدي المعرفة إلى تغيير المواقف التى تؤدى بدورها إلى تغييرات سلوكية لكن يجب أن نضع فى اعتبارنا أن المعرفة لا تؤدى دوماً لتغييرات فى المواقف، ولا تغييراً فى السلوك يعقبه بالضرورة تغييراً فى الموقف.

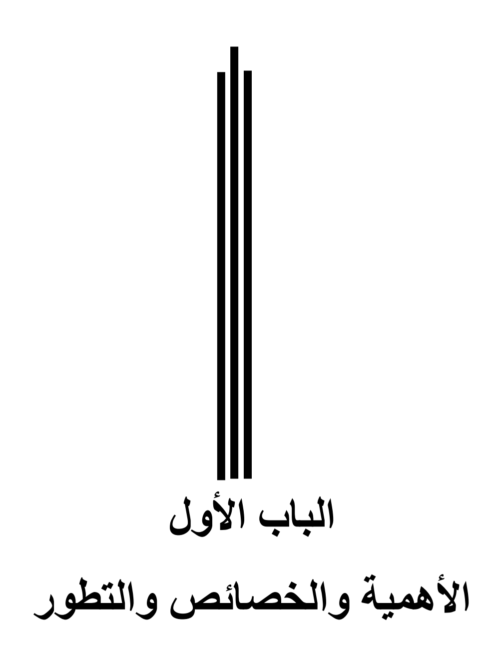
وتواجه أمتنا الإسلامية صراعاً معلناً وخفياً لم يسبق له مثيل، بمخططات تستهدف أصولها ومبادئها، ومكر بالليل والنهار لتذويبها وسلخها عن دينها، عمل دؤوب لقلب الحقائق، وتمييع المفاهيم، وإغراق المجتمعات المسلمة بشتى صنوف الشهوات والشبهات، حتى غدا أمر الأمة ملتبساً، ونشأت أجيال لا تعرف سوى اسم الإسلام ورسم القرآن، ولا علاقة لهم بشعائره وشرائعه.

وقد مرت قرون اعتمدت فيها قوى الظلام الكافرة والأمم المستكبرة على قوتها العسكرية في إخضاع الشعوب وتليين قناتها، وربط مقدراتها بمصالحها رباط العبد الذليل على باب سيده، غير أن كل هذه القوة كانت غالباً ما تعود خائبة مهما مر من سنين وأيام؛ غير ما كانت تحدثه من يقظة هائلة في وجدان المسلمين تزيدهم قوة في المواجهة وقدرة على تحقيق الانتصار والتحرر.

ومن هنا تغيرت مخططات أعداء الأمة فعمدوا إلى تمزيق وحدتها، ببث روح الفرقة، وإثارة النزاعات العرقية والمذهبية، سلاحهم الأكبر الذي يستخدم في هذا الصراع المحموم هو وسائل الإعلام المختلفة مرئية ومسموعة ومقروءةً وتكنولوجية وعبر هذه الوسائل ينهال على المسلمين كم رهيب من صور الفساد العقدي والانحراف الخلقي، الذي باتت تضج منه أمة الإسلام، وتصطلي بناره، خاصة وأن كثيراً من القائمين على هذه الوسائل من أبناء الأمة الذين تنكبوا الطريق وتنكروا لأمتهم ودينهم، ورضوا بأن يكونوا أداة طيعة، بل ورؤوس حربة لأعداء الأمة ومخططاتهم الخبيثة وقد مر دهر طويل وساحة الإعلام لا تجد صوتاً مسلماً يدافع أو ينافح عن دين الأمة وسبب عزتها وصمام أمانها، وخلت الساحة لكل ناعق ومارق، يفسدون ولا يصلحون، يصرفون الناس عن دين ربهم،أوهنوا الهمم، وأسقطوا القيم، يستهزئون ويسخرون بالخير والدعاة إليه،ويمجدون سبل المعاصي والآثام وسائلهم في ذلك المال واللحم الحرام، واشتد ظلام الفتن، ويأس الكثيرون من الصلاح، وفرط كثيرون في الإصلاح.

لذا وجب ان يكون هناك اعلام اسلامى دينى يعيد الأمة الى دينها وعزها وهو ما سنتعرض له٠

أسامة عبد الرحمن



الباب الأول

الأهمية والخصائص والتطور

تعريف الاعلام

الإعلام كلمة اتسع مدلوها بدرجة حتى أصبح من الصعب تعريفها وله عدة مفاهيم وتعاريف منها : يذكر حسام رفقى أن الإعلام يعتبر : بمثابة الاتصال بين مرسل إعلامي ومستقبل أى الجمهور عن طريق وسيلة إعلامية تنقل بواسطتها الرسالة الإعلامية من طرف لآخر ويعرفه : زيدان عبد الباقى بأنه تزويد الجماهير بأكبر قدر من المعلومات الصحيحة او الحقائق الثابتة والواضحة وهو نشر المعلومات بعد جمعها وإنتقائها وهو الإقناع عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام وهو التعبير الموضوعى لعقلية الجماهير وميولها واتجاهاتها فى نفس الوقت وهول ليس تعبيراً ذاتيا من جانب الإعلام ٠

ويتفق محمد سيد وعبد اللطيف حمزه مع الألمانى أوتوجروت أن الإعلام هو التعبير الموضوعى لعقلية الجماهير وروحها وميولها فى نفس الوقت

والإعلام لغة مصدر من أعلم يعلم وأخبر يخبر أي أخبر بخبر معين ، فتداول الناس للأخبار والأحداث اليومية فيما بينهم يندرج تحت هذا المفهوم اللغوي لكلمة الإعلام ، فتناقلهم للأخبار يسمى إعلاماً في اصطلاحات اللغة العربية،وفي الحديث: بلغوا عني ولو آية، أي أوصلوها غيركم وأعلموا الآخرين، وأيضاً:فليبلغ الشاهد الغائب أي فليعلم الشاهد الغائب، ويقال: أمر الله بلغ أي بالغ، وذلك من قوله تعالى: (إن الله بالغ أمره) أي نافذ يبلغ أين أريد به ٠

وظيفة الإعلام :

في الدول الديمقراطية تؤول وظيفة إعلام الجمهور وتكوين الرأي العام إلى الصحافة بصفة رئيسية، وهي من خلال عملها تقوم أيضاً بالنقد والرقابة العامة وتلك الوظائف تختلف في مدى حيادها وصدقها بحيث تنفع الجمهور والعلم المتخصص الذي يهتم بدراسة تاريخ وفاعلية الإعلام يسمى علم الإعلام ووظائف الإعلام مختلفة منها: تمثيل الرأي العام وتمثيل المؤسسات، ومنها الإعلان التجاري والتسويق والدعاية والتواصل مع الجمهور والتواصل السياسي،الترفيه مثل التمثيليات والموسيقى والرياضة والقراءة العامة، ثم ظهر خلال أواخر القرن الماضي الفيديو وألعاب الحاسب،تقديم خدمات للجمهور، وإعلانات ويمكن حصر هذه الوظائف في الآتي:

١- وظيفة إخبارية معرفية: حيث يعمل المرسِل على نقل المعلومات والوقائع والأفكار إلى المتلقي، وإعلامه بما يجري في العالم من أحداث.

٢ - وظيفة تعليمية تنموية: بتدريب المتلقِّين عن طريق تزويدِهم بالمعلومات والمهارات.

٣ - وظيفة إقناع وتغيير: بإحداث تحوُّلاتٍ في وجهات نظر الآخرين مما يدفع المتلقي للحصول على معلوماتٍ جديدة تساعده في اتخاذ القرارات، والتصرف بشكل مقبول اجتماعيًّا وتُعَدُّ هذه أهم الوظائف.

- وظيفة ترفيهية: بالترويح عن نفوس أفراد المجتمع وتسليتِهم، فيجد المتلقي الراحة والمتعة والتسلية.

ـ وظيفة إعلانية: وباتتْ إحدى أهم وأبرز وظائف الإعلام وأخطرها أيضاً، فمع تحول الإعلام إلى صناعةٍ وسلعة، أصبح الإعلامُ جزءًا من الحركة الاقتصادية والتجارية.

تطور وظائف الإعلام (الكلاسيكية والمعاصرة والسياسية)

أولاً : وظائف الاعلام الكلاسيكية:

. الوظيفة الاعلامية والاخبارية: وتتمثل في جمع وتخزين ومعالجة نشر الأخبار والأنباء والرسائل والبيانات والصور والحقائق والآراء والتعليقات المطلوبة ٠

. التنشئة الاجتماعية: وتنحصر في توفير رصيد مشترك من المعرفة يمكن الأفراد من أن يعملوا كأعضاء ذوو فعالية في المجتمع٠

٣. خلق الدوافع: فالاعلام يساهم في دفع الأهداف المباشرة والنهائية لكل مجتمع ٠

. الحوار والنقاش: حيث يساهم في تبادل حقائق الأزمة لتوضيح مختلف وجهات النظر حول القضايا العامة وتوفير الأدلة الملائمة والمطلوبة لدعم الاهتمام والمشاركة على نحو أفضل ٠

. التربية:أي نشر المعرفة على نحو يعزز النمو الثقافي وتكوين الشخصية واكتساب المهارات والقدرات في كافة مراحل العمر ٠

. النهوض الثقافي: حيث يسعى إلى نشر الاعلام الثقافي والفني بهدف المحافظة على التراث والتطوير الثقافي ۰

الترفيه: ويتمثل في التمثيليات والمسرحيات والقصص والفن والأدب والموسيقى ۰

التكامل: ويتمثل في توفير الفرص لكل الأشخاص والأفراد بما يكفل لهم الوصول إلى رسائل متنوعة تحقق حاجاتهم في التعارف والتفاهم على تشكيل موقفهم حيال القضايا المطروحة ۰

تعريف الإعلام الإسلامي:

تعددت آراء المصنفين في وضع تعريف للإعلام الإسلامي فمنها:

- أنه تعريف الناس بحقائق الدين الإسلامي، من حيث العقيدة، والفرائض، والسنن والعبادات، والمعاملات، ومن خلال وسيلة إعلامية متخصصة، أو عامة بواسطة قائم بالإعلام، لديه خلفية واسعة في موضوع الرسالة،بغية تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية، ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته [١].

- هو نقل المباديء وشرحها شرحاً واضحاً وصحيحاً وثابتاً، ومستهدفاً تنوير الناس وتثقيفهم ومدهم بالمعلومات الصحيحة بموضوعية أيضاً، ومعبراً عن عقلية الجماهير، ومراعاة الأسلوب ولغة التخاطب [٢].

- هو الإعلام الذي يعكس الروح والمباديء والقيم الإسلامية، ويمارس في مجتمع مسلم، ويتناول كافة المعلومات والحقائق والأخبار المتعلقة بكافة نواحي الحياة السياسية والاقتصادية والقانونية والدينية والأخلاقية ... إلخ [٣].

- هو استخدام منهج إسلامي بأسلوب فنّي إعلامي يقوم به مسلمون عالمون عاملون بدينهم متفهمون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجماهيره المتباينة مستخدمون تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار

---

(١) - الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية- محيي الدين عبد الحليم. ص ١٤٧. و الإعلام الإسلامي ووسائل الاتصال الحديثة. إبراهيم إسماعيل. ص ٢٠. - من خصائص الإعلام الإسلامي. محمد خير رمضان يوسف. ص ١١و ١٢ (٣) - الإعلام الإسلامي المباديء والنظرية والتطبيق. د محمد مني حجاب. ص ٢٤.

المختصرة والأخبار الحديثة والقيم الأخلاقية والمبادئ والمثل للمسلمين وغير المسلمين في كل زمان ومكان وفي إطار الموضوعية التامة بهدف التوجيه والتوعية والإرشاد ولإحداث التأثير المطلوب والتعرف على مدى التأثير أولاً بأول [1].

ومن الممكن أن نتبنَّى أيَّ تعريفٍ سابق للإعلام مع تقييده بمُراعاة الضَّوابط الشرعية فمثلاً الإعلام الإسلامي: هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، أو المعلومات السليمة والحقائق الثابتة عن الدين الإسلامي، التي تساعدُهم على تكوين رأيٍ صائب في واقعة من الوقائع بغرض الإقناع والتأثير على السلوك.

حكم الإعلام الإسلامي:

باعتباره منظومةً كاملة متخصِّصة، هو فرضٌ كِفاية لو قام بعض الناس به سقط التكليف عن الآخرين، على أنَّ هذا الفرض يصبح عينيًّا على المسلم الذي يتصدر للعمل في المؤسسات الإعلامية، وكذلك على الذي أكمل الدراسة الإعلامية كلية أو معهدًا، أو من خلال الدورات الإعلامية، كما أنه من الواجب على الدول الإسلامية أن تتبنى الإعلامَ الإسلامي في مؤسساتها الإعلامية، على أننا نؤكد أنَّ

---

(١) الأسس العلمية والتطبيقيّة للإعلام الإسلامي. عبد الوهاب كحيل. ص٢٩.

هذا التَّبني لا يعني التَّبَعية والانقياد للحاكم ذاته، فالإعلام الإسلامي يتَّسم بالاستقلال والحرية، ويبتعد تماماً عن الـمُداهنة والتحيُّز، ولا يمكن أنْ يكون في يد السلطة للتحكم في الناس، أو التمويهِ عليهم أو تسخيرهم واللعب بعقولهم، على نحو ما يحدث من دعاياتٍ في النظم السياسية الضاغطة التي تجعل الإعلام أداةً للضغط والقسر والإلزام، وهو ما يسمى بالإعلام التطويعي؛ لتسخير الجماهير لتنفيذ سياسات معينة، ومنه يمكن أن نشبِّه الإعلام بالنظام القضائي يستمد قوَّتَه وصلاحيته من التَّشريع الإسلامي مباشرةً، وإن كان تنظيمه الإداري ومصادره المالية من السلطة الحاكِمَة، ومن هنا يطلق عليه السلطة الرابعة.

وظائف الإعلام الإسلامي:

للاعلام الاسلامى عدة وظائف منها:

وظيفة دعوية:حيث يسعى إلى نشر عقيدة التوحيد، كما يتبنى الدعوةَ إلى العبودية الخالصة لله وحده دون سواه، ونبذ كل مظاهر الشرك وكشف الطواغيت، وتحرير العقيدة من مُفتريات أعداء الإسلام وما عَلِقَ بها من مخالفات، وكشف العقائد الباطلة والضالة، فكل الإعلام دعوة.

وظيفية إخبارية: حيث ينقل الأخبارَ والمعلومات والأحداث والوقائع، ويتبنى قضايا المسلمين ويبرزها ويحللها، ويقدم الحلول المناسبة لها وَفْقَ المنظور الإسلامي، مع الاهتمام بقضايا الأقليَّات المسلمة في العالم.

وظيفة علمية وتربوية: ترمي إلى الارتقاء باهتمامات الناس، والسمو بعقولهم ووجدانهم وسلوكهم، وتزويدهم بعلوم الشريعة وغيرها من العلوم النافعة، وإشاعة المفاهيم الإسلامية بمبادئها السامية وقِيَمِها الرفيعة، وغرس المعاني التربوية والأخلاقية التي جاءت بها الشريعة الإسلامية لبناء جيلٍ مؤمن قادر على النهوض برسالة الإسلام.

وظيفة اجتماعية: تعمل على بناء الشخصية الإسلامية المتوازنة المفكّرة والمبدعة والقوية، وبناءِ مجتمع متماسك ومتكامل، وتعميقِ الشعور الإنساني تجاه الآخرين، مع بثِّ رُوح الألفة والمودة والتعارُف والتآلف والانسجام بين سائر المسلمين، وتقويةِ الروابط الاجتماعية بينهم، ومناصرة المستضعفين والعمل على إنصافهم؛ فالاهتمام بشؤون المسلمين أصلٌ عظيم، فمَن لا يهتم بأمر المسلمين فليس منهم، والتأكيد على أنَّ كرامة الإنسان مُصانةٌ، وحرية الفرد مكفولة، وحماية المجتمع الإسلامي من إفرازات المجتمعات الغربية، بتعرية الحضارة الغربية بمفاهيمِها المنافية للإنسانية، والمبنية على الأنانية والعلمانية الناتجة عن فصل الدين عن سائر مجالات الحياة، وفصل الأخلاق عن التربية، التي إن حاولت إثباتَ نجاحها، فإنَّ الواقع يشير إلى تراكُم الأزمات النفسية والأخلاقية وحتى السياسية والاقتصادية بسبب هذه المفاهيم، وهذه الوظيفة تُراعي أيضاً الجانبَ الترفيهي في وسائل الإعلام بما يتفَق مع الضوابط الشرعيَّة.

أهمية الإعلام المقاوم:

لو تأملنا فى طبيعة معارك الجهاد مع العدو اليوم،لوجدناها تقوم على حرب العصابات، التي تعتمد على المجموعات الصغيرة والأسلحة الخفيفة كما في العراق ولو تأملنا أكثرَ لوجدنا أنَّ هذه المجموعات حتى تكون مقاتلة نموذجية في زمن التكنولوجيا عابرة الحدود والإنترنت والفضائيات باتت تحتاج أسلحة لا تقلُّ أهمية عنها، إنها الكاميرا والحاسب وشبكة الإنترنت؛ لتسجيل وتصوير عمليات الجِهاد، ورسائل القادة المجاهدين، وبثِّها على الرأي العام، فتوثيق هذه العمليات وكذا خسائر العدوِّ بات عملاً لا يقل أهمية عن القيام بهذه العمليات وإحداث هذه الخسائر؛ فكم من عملية بطولية ضد العدو الأمريكي الصهيوني في العراق أو فلسطين أو أفغانستان أو الشيشان، لم يُستفد منها كما ينبغي سياسيًّا وإعلاميًّا؛ لأنها لم تُوثَّقْ كما ينبغي! وهذا تَرَكَ العدوَّ الأمريكي الصهيوني حرًّا فى الكذب بشأنها والتغطية عليها، بحكم سيطرته ونفوذه في وسائل الإعلام العالمية والعربية، الرسمية وغير الرسمية.

يقول أحد الباحثين:المهم في هذا الزمن الذي أصبح صناعة الرأي العام على يد الدول الكبرى، التي تريد أن تحكم سيطرتَها متعديةً الحدود، وعلى يد الطرف الأمريكي الصهيوني يترابط العمل المقاوِم بالمقاومة الإعلامية أكثر من أي وقتٍ مضى، فاليوم أصبح المقاتِلُ إعلاميًّا، والإعلاميُّ مقاتِلاً، بقدر ما تمددتْ رُقعة الميدان وساحة المعركة من الأرض إلى الفضائيات إلى الإنترنت، يقول المحلل الصحفي إبراهيم علوش

: لا ينتصر المقاوم إنْ لم يكن إعلاميًّا فعَّالاً؛ فالبندقية لا تحتاج لغصن زيتونٍ كما زعموا -بل لكاميرا فيديو، ولموقعٍ على الإنترنت ولفضائية مقاومة، فإذا كان مخطئًا من يظن أنَّ المعركة يمكن كسبها بالإعلام وحده، فإنه يخطئ أيضاً من لا يجعل إلى جانب بندقيته كاميرا فيديو وجهاز حاسب، خاصةً أنَّ العدو يهاجمنا على عدة صُعُدٍ، وليس فقط عسكريًّا، لذلك يجب أن نقاوم على عدة صعد، وليس فقط عسكريًّا، لذا ينبغي أن يترسَّخ في ذهن المجاهد الإعلامي مفهوم البندقية المقاتلة والحاسب المحارب.

ويمكن أن نعرِّف إعلام الجهاد: بأنه تزويد الجماهير بحقائق الجهاد ومقاصده وآثاره، ونقلُ الأخبار والوقائع والمعلومات المتعلقة به بصورة صحيحة ومنضبطة وموثقة داخل الأمة الإسلامية وخارجها، وردّ الشبهات والافتراءات والشائعات التي تُثار حوله للطعن فيه وفي أهله، وتحفيز المسلمين لأدائه أو دعمِه.

تفعيل إعلام المقاومة: إن إرادة تفعيل الإعلام أي إعلام يستلزم إدراك المشكلة الرئيسة أمام هذا الإعلام، وهذا الإدراك حتى يكون علميًّا وعمليًّا ودقيقًا لابد له من تخطيط يستند إلى خطط مدروسة لتحديد المشكلة، وتحرِّي أسبابها وصياغة الحلول اللازمة لها، ووسائل إعمالها وصولاً إلى تحقيق النجاح وأي خطة تُوضع لتفعيل الإعلام تشمل أربعة عناصر هي: فهم الواقع، ثم تحديد الأهداف، ثم اختيار أنسب الوسائل، ثم المتابعة والتقييم.

وفهم الواقع وتحديد الأهداف يشكل الرسالة الإعلامية التي تحتاج إلى مرسِلٍ يقدمها عبر وسائل مناسبة ومتعددة إلى متلقٍّ تكون متابعة استجابته هي معيار التقييم، ومن هذه المعاني تتشكل عناصر العملية الإعلامية وأركانها التي تقوم عليها، ويكون تفعيلها بإدراك مقوماتها، ثَمَّ تنشيطها.

أهداف الإعلام الإسلامي:

إذا كان الهدف من العملية الإعلامية كلها هو الإنسان - أي تسخير الوسائل والأساليب الإعلامية لإيصال فكرة معينة إلى المستقبِل، سواء أكان فردًا أو جماعة أو شعبًا، وإقناعه بها، ليحصل المرسِل على الاستجابة التي خطط لها فإن الهدف من الرسالات السماوية كلها هو هداية الإنسان ليحيا على حق، ويكون على بيِّنة، ويعيش في سعادة وأمن في هذه الدنيا، وينجو بنفسه في الآخرة أي إن مقصده تحقيق مصالح العباد، ودرءُ المفاسد والأضرار عنهم في العاجل والآجل.

وتأتي مهمة رجل الإعلام المسلم لبيان الحقائق الإسلامية، والوصول إلى قلوب الجماهير وعقولها بالحكمة المطلوبة وتقوم أهداف الإعلام الإسلامي في العصر الحديث على أسس كثيرة، منها:

• تجديد الدعوة إلى التوحيد، وهذه الدعوة لا تعني أن التوحيدَ غير موجود، بل هو تذكير مستمرٌّ ينبغي أن يركز عليه الداعيةُ الإعلامي دائماً.

• دعوة المسلمين بعضهم بعضًا إلى الخير قال تعالى:(وَتَوَاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ) ٠

• ومعنى هذه الدعوة إرجاع المسلمين إلى جوهر الإسلام وتشريعه الحكيم وتعميق ذلك في نفوسهم.

• دعوة غير المسلمين إلى الدخول في الإسلام.

• الجمع بين تحريك الإيمان في نفوس المخاطَبين والمجتمع الإسلامي، وإثارة الشعور الديني، وبين إكمال الوعي وتنميته وتربيته.

• صيانة الحقائق الدينية والمفاهيم الإسلامية من التحريف وإخضاعها للتصورات العصرية الغربية، أو المصطلحات السياسية والاقتصادية التي نشأت في أجواء خاصة وبيئات مختلفة ولها خلفيات وعواملُ وتاريخ، وهي خاضعة دائمًا للتطور والتغيير، فيجب أن نغار على هذا الحقائق الدِّينية والمصطلحات الإسلامية غيرتنا على المقدَّسات وعلى الأعراض والكرامات، بل أكثر منها وأشد؛ لأنها حصونُ الإسلام المنيعة وحماه وشعائره.

• تحرير العقيدة مما قد يداخلها من أباطيل الخصوم وافتراءاتهم، ومهمة رجل الإعلام الإسلامي التصدي لهذه الافتراءات ولا بد أن يكون متفهماً للدعوى الإسلامية حتى يستطيع نشرها، كما لا بد من دراسة هذه الافتراءات دراسة جيدة، وإن لم يكن رجلُ الإعلام الإسلامي مسلَّحًا بهذا العلم فلربما انجرف مع التيار المنحرف والمضلل.

• الدعوة إلى التعلم؛ فالعلم طريق إلى الإيمان.

• تأكيد معنى الحرية؛ فالإسلام أعطى الحرية الكاملة للإنسان فيما يفعل، وهي مقيَّدة بعدم المساس بمبادئ الإسلام، والإساءة إليه.

• الدعوة إلى الوحدة الإسلامية، فما أصاب المسلمين وما يصيبهم بسبب أنهم غير متحدين؛ قال تعالى: (وَلاَ تَنَازَعُوا فَتَفْشَلُوا وَتَذْهَبَ رِيحُكُمْ) فهدفُ رجلِ الإعلام هو الدعوة إلى الوحدة بين المسلمين.

• دعم اللغة العربية الفصحى، والتمسك بالدعوة إليها؛ فالفصحى هي لغةُ القرآن، ومن أسباب فُرقتنا عدم محافظتنا على هذه اللغة، فاللهجات المحلية المتفرقة، والدعوةُ إلى الكتابة بها وجعلُها لغة التعليمِ ووسائلِ الإعلام تسبِّب الافتراق، ويقع على عاتق رجل الإعلام بيانُ هذا .

• بعث الفِكر الإسلامي الأصيل والتماس منابعه في القرآن والسنَّة، فكل مقوِّمات الحضارة موجودةٌ في الفكر الإسلامي، وأكثر العلوم الحالية أصلُها إسلامي.

• بناء الحضارة الإسلامية المعاصرة، ونحن ندعو إلى الماضي ولا نفرِّط فيه، بل يكون هناك ربط بين الماضي والحاضر.

• تجلية محاسن الإسلام ومزاياه وتقريب مفاهيمه وحقائقه حسَب قدرات الناس ومداركهم.

• الربط بين الدِّين والعِلم، والعِلم والدِّين والأخلاق، وبين الدِّين والتربية والمجتمع، وبين الدِّين والدنيا.

• بث الفضائل الأخلاقية والسلوك القويم والعادات الإسلامية السليمة، مثل الوصاية بالجار، وردِّ الحقوق إلى أهلها، وكفالة اليتيم، والعناية بالأرملة؛ فالإسلام من حيث المعاملات الأخلاقية يقوِّم السلوك الإنساني، ورجل الإعلام ينبغي أن يكون متصفًا بهذه الأخلاق ثم يدعو إليها؛ ليكون كلامه مؤثرًا، ودعوتُه مقبولة، وقد كان الرسول ص معروفًا بين قومه بالصادق الأمين.

• حماية المجتمع الإسلامي من الأخطار الخارجية والدعايات المسموحة، بالردِّ عليها والعمل على نشر المعلومات والأخبار الصادقة.

• غرس مبادئ الإسلام والثقافة الإسلامية على مستويات مختلفة، أهمها: الأسرة - المدرسة - المسجد - وسائل الإعلام المختلفة، بما فيها وسائل النشر، من صحافة وكتب وإذاعة وتلفاز .

• إنشاء معاهد وكليات إعلامية متخصصة إسلامية .

• الاستيعاب الحق لتقنيات الوسائل الإعلامية الحديثة عِلمًا وممارسة.

• الاهتمام بالجانب الترفيهي الهادف من خلال برامج ومشاهد وصفحات .. إلخ.

ويمكن أن تكون أهداف النظام الإعلامي هي عينها الأهداف الكبرى التي يسعى المجتمع بكافة أنظمته ومؤسساته إلى تحقيقها، ويمكن إرجاعُها إلى أصول كبرى، تتمثَّل في ترسيخ عقيدةِ التوحيد في النفوس، وتحقيق السيادة لشرع الله[1]، وتثبيت رسالة الرسول ص، وبناء مجتمع طاهر نقي عفيف كريم، وفي تركيز شديد: تدعيم الإسلام وتعميمه؛ ذلك

أن أيَّ نشاط إعلامي يصدر عن مسلمين في نطاق بناء حياة إسلامية متكاملة لا يُتصوَّر أن تغاير أهدافُه أهدافَ أنشطة أخرى يقومون بها للغرض نفسه.

-١

أهداف الإعلام الإسلامي- أبو الحسن علي الحسني الندوي ص٧، ١٣، والدعوة الإسلامية: مفهومها - محمد خير رمضان يوسف ص ٢٥ - ٢٦،

الغاية من الإعلام فى الإسلام:

إن الغاية يجب أن تكون أساساً إرضاءَ الخالق جلَّت قدرته، حتى لو لم يرضَ بعض الخَلْق، وليست إرضاءَ بعض الخَلْق بغضبِ الله عز وجل وإذا كانت الغاية هكذا من أنبلِ ما يكون، فإن رجل الإعلام يتحرَّى الدقة والأمانة في تبليغه وتعليمه وتربيته، ويبحث عن كل ما فيه خير الأمة ونفعها؛ لينال رضا خالقه ومثوبة من عنده؛ قال عز وجل: (وَمَا لِأَحَدٍ عِنْدَهُ مِنْ نِعْمَةٍ تُجْزَى * إلاَّ ابْتِغَاءَ وَجْهِ رَبِّهِ الأَعْلَى * وَلَسَوْفَ يَرْضَى) وليست غاية الإعلام في الإسلام غسيلَ رؤوس العباد - كما هو في كثير من الأنظمة الحديثة حتى تتسع لكل التقلُّبات، ولا عملية تخدير حتى تتقبل الأمة أمرًا خطيرًا ما كانت لتقبَلّه لولا هذا التخدير[١].

خصائص الإعلام الإسلامي

نتناول هنا بعض خصائص الإعلام الإسلامي، المتميزة عن الإعلام المنتمي إلى هذا الاتجاه أو ذاك، من النظريات والأنظمة الوضعية.

---

(١) الإعلام موقف. محمود سفر. ص ٦٢ - ٦٣.

وذكر هذه الخصائص يعني التركيز على تكوين رجل الإعلام الإسلامي الحق الذي يفهم الإسلام ومبادئه وأخلاقه، ليستطيع الانطلاق من خلالها، ويحلل مشكلات الحياة من منظورها، وليكون الواجهة الحقيقية للإسلام والمسلمين، والناطق الأمين بلسان الدعوة وهناك خمس خصائص للإعلام الإسلامي، هي: العمومية، الاستقلالية، الثبات، الإيجابية، المسؤولية كما أن هناك خصائص أخرى منها الربانية، الأخلاقية، التوازن، السهولة والوضوح، الأسلوب الحسن، اعتماد القدوة، عامل الإقناع، الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وطابع الإعلام الإسلامي طابعٌ ريادي متميِّز في وجهته وأهدافه، ومبادئه ومقاصده، وعرضه وأسلوبه؛ لأنَّه يستمدُّ من مَعِين بَلاغ القُرآن المُعجِز، والخِطاب النبوي الجامع المانع.

وإذا كان الإعلاميُّون المُعاصِرون يُعبِّرون عن الإعلام بأنَّه تزويد الجماهير بالمعلومات الدقيقة، والأخبار الصحيحة، والحقائق الثابتة والسليمة التي تُساعِدهم على تكوين رأي صائب، فإنَّ الإعلام الإسلامي هو أداة ووسيلة نقْل مَضامِين الوحي المعصوم ووَقائِع الحياة البشريَّة المحكومة بشرْع الله تعالى إلى الناس كافَّة وإذا كان الإعلام الدولي المُعاصِر اليومَ قد فَقَدَ موضوعيَّته؛ نتيجة انحِيازه السياسي تارةً، أو الاجتماعي أخرى، أو الديني ثالثة فإنَّه بذلك يكونُ قد خرَج عن مفهوم الإعلام ليَدخُل تحت بند الدعاية المتجرِّدة من الصِّدق أو الموضوعيَّة.

ويَبقى الإعلام المنتسب إلى الإسلام بنسبةٍ صحيحة هو الإعلام الوحيد الذي يَعمَلُ في المجال المحلي أو الدولي، وفق سياسةٍ واحدةٍ لا تتغيَّر بتغيُّر الزمان أو المكان، ولا تتكوَّن أو تنحَرِف مرضاةً لفئة أو مُحاباة لطائفة فالإعلام الإسلامي ثابتةٌ قواعِدُه ثبات الإسلام في أصوله، متطوِّرةٌ وسائلُه وأساليبه بتطوُّر مُعطَيات العصر ومُتَغيراته وهو إعلامٌ يشمل الناسَ كافَّة على اختِلاف أديانهم ومَذاهبهم،وتنوُّع ثقافاتهم وحَضاراتهم، وينطلِق في ذلك من عالميَّة الإسلام ودعوته؛ قال تعالى -: (تَبَارَكَ الَّذِي نَزَّلَ الْفُرْقَانَ عَلَى عَبْدِهِ لِيَكُونَ لِلْعَالَمِينَ نَذِيرًا) وعن أنسٍ رضِي الله عنه أنَّ نبيَّ الله ص كتَب إلى كسرى وإلى قيصر، وإلى النجاشي، وإلى كل جبارٍ، يدْعوهم إلى الله - تعالى.

ذلك أنَّ الله ابتعثنا؛ لنخرج الناس من عبادة العباد إلى عبادة الله، ومن ضيق الدنيا إلى سَعة الدنيا والآخرة، ومن جَور الأديان إلى عدْل الإسلام والإعلام الإسلامي شِعارُه الوضوحُ والصَّراحة، ودِثاره العدلُ والأمانة؛ فأمَّا صَراحته ووُضوحه، فمنهجها قوله تعالى -: (قُلْ يَا أَيُّهَا الْكَافِرُونَ...) وقوله - ص-: (أسلمْ تَسلَمْ).

وأمَّا أمانته وعدله، فمنهجها:(وَلاَ يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَآنُ قَوْمٍ عَلَى أَلاَّ تَعْدِلُوا اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَى) وعليه؛ فالإعلاميَّ المسلم إنما يُؤثِّر في الناس بما يَحمِله من الحق أولاً، وبحُسن أسلوبه وجدَّة وطَرافَة طرائقِه ووسائله ثانيًا.

والإعلام الإسلامي إعلامٌ واقعيٌّ يُسدِّد ويُقارِب، ويقوم على كليَّات الشريعة الكُبرَى في تحقيق المصالح وتكثيرها، ودفْع المفاسد وتقليلها، من غير انحِرافٍ عن منهج الأنبياء، ولا تفريطٍ في الاستقامة والربانيَّة فهو يسيرُ مع السنن الربانيَّة في الدعوة والإعلام، والإصلاح والتغيير، يُساير السنن ولا يُعانِدها، ويَطوِي المراحل ولا يتعسَّفها وأخيرًا، فالإعلام الإسلامي إعلامٌ مسؤولٌ، يتَّخِذ من أمره ص -: (مَن كان يُؤمِن بالله واليوم الآخر فليَقُل خيرًا أو ليَصمُت) منهجًا، ومن خَبَره ص -: (كُلُّ المسلم على المسلم حَرامٌ: دمُه ومالُه وعِرضُه)مَسلَكًا.

فشعاره النُّطق بالكلمة الطيِّبة، والإعراض عن كلِّ خبيث؛ قال - تعالى -:(وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلاً مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ) وهو يَرعَى قضايا أمَّة الإسلام في كلِّ صُقْع ومِصْر، يستَشعِر مسؤوليَّته تجاه عقيدتها ومُقدَّساتها، وحاضِرها وماضيها ومُستَقبلها، فهو إعلامٌ قاعدتُه الحريَّة، وقمَّته المسؤوليَّة وإذا كان الأمر كذلك صَحَّ اعتباره نوعًا من الجِهاد لإعلاء كلمة الله، وجهاد الكلمة من الإسلام بالمكان الذي لا يَخفَى، وأفضل الجهاد كلمة الحقِّ بحضرة أهْل الزمان من سَلاطِين الجور والطُّغيان وذلك كلُّه لا يَمنَع من أنْ يُقال:

إنَّ من خَصائص الإعلام الإسلامي المعاصرةَ في أسلوب عرضه، فهو يستَمِدُّ من تُراث الأمَّة، ويستَفِيد من تقنيات العصر، فيُقدِّم مادَّة إعلاميَّة تنطَلِق من ثوابت راسِخة؛ لتمسَّ شَغاف القلوب بأجمل أسلوب، وأشوق وسيلة، من غير تبدُّل أو تكلُّف، فهو يجمع بين جدِّية المضمون وأصالته، ومُتعة العَرْض ورَوْعته.

ـ الانفتاحُ الفِكري والحضاري، فهو إعلامٌ للكافَّة، ينتَسِب إلى دينٍ عالمي، وحَضارة تفاعليَّة، ويَعِيش في عالَمٍ قد تحوَّل إلى قريةٍ كونيَّة! فلا مَجال لعُزلَة مَزعُومة أو شَرنَقات موهومة.

ـ الخيريَّة في صِناعَتِه؛ فهو خيرٌ في أهدافه وغاياته ومَساعِيه، خيرٌ في جدِّه وعزيمته، وترفيهه ومُتعَته، خيرٌ في عَوائِده وآثاره، وأحكامه وضوابطه، خيرٌ في جهاده ضد أعداء أمَّته قال تعالى: (كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ) وهناك خصائص كثيرة أخرى له منها [1]

١ــ أ – د محمد منير حجاب – الإعلام الإسلامي النظرية التطبيق مرجع سابق ص ١٢٨.

- يعتبر كل أفراد المجتمع قائمين بالاتصال ومسئولين عن تبليغ الدعوة كل حسب قدرته وعلمه ومراقبة أي خروج أو انحراف عن قيم الإسلام .

- الإعلام الإسلامي إعلام هادف وموجه لتحقيق هدف واحد هو إعلاء كلمة الله.

- الإعلام الإسلامي قائم على الإقناع لا على أساس الإكراه بل من اجل الوصول إلى الإقناع واستغلال كافة الإمكانيات لقوى الخير.

- تتسم الرسالة الإسلامية في الإسلام بالثبات.

- اعتمد الإعلام الإسلامي نظرية القدوة الحسنة من خلال المتابعة والتربية المستمرة.

- اعتمد الإعلام الإسلامي على الأسلوب الموضوعي القائم على التحليل والوضوح.

الإعلام الدينى جزء من الإعلام الإسلامى

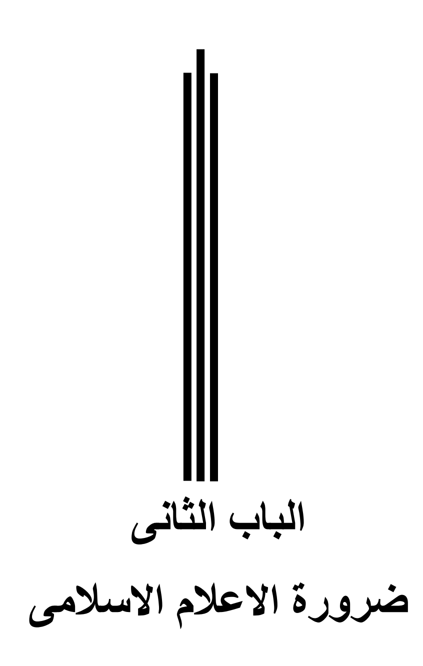
لذلك لا ينبغي إن نحصر الإعلام الإسلامي في الإعلام الديني، ونحن نقصد بالإعلام الديني الإعلام الموجه، الذي يخدم المجالات الشرعية والدعوية بشكل مباشر، وهذا أمر مطلوب، لكن هذا هو أقرب ما يكون إلى الإعلام المتخصص الذي يتناول جانبا واحداً من جوانب الحياة، ونحن منهجنا الإسلامي منهج شامل لكل جوانب الحياة، ومن ثم فهناك جوانب سياسية واقتصادية وثقافية واجتماعية وترفيهية وما إلى ذلك من قطاعات الحياة المختلفة، التي لابد للإعلام الإسلامي إن يغطيها.[١]

الإعلام الإسلامي يشمل جميع أنشطة الإعلام في المجتمع الإسلامي التى تؤدي جميع وظائفه المثلى ، الإخبارية والإرشادية والترويحية على المستوى الوطني والدولي والعالمي ، وتلتزم بالإسلام في كل أهدافها ووسائلها وفيما يصدر عنها من رسائل ومواد إعلامية وثقافية وترويحية وتعتمد على الإعلام يين الملتزمين بالإسلام قولاً وعملاً ، وتستخدم جميع وسائل وأجهزة الإعلام المتخصصة والعامة.[٢]

والإعلام الإسلامي: هو كل قول أو ممارسة إعلامية، منضبطة بضوابط الشريعة، دون إن يكون هناك (نص ديني)، يأمر بها مباشرة٠

١ عبدالقادر طاش، مجلة العالمية (رابطة العالم الإسلامي)

٢ محمود سليمان، التخطيط الإعلامي



الباب الثانى

ضرورة الاعلام الاسلامى

الإعلام الإسلامي ضرورة

الإعلام سمة بارزة لهذا العصر الذي نعيشه، خاصة السنوات العشرين الأخيرة؛ فقد قوي واشتدت سطوته؛ حيث يؤثر تأثيرًا مباشرًا في الأحداث، ومن خلال هذا التأثير تهزّ أي مؤسسة هزًّا عنيفًا قد يسقطها، فالجميع يعرف دور الإعلام في حرب فيتنام وفضيحة ووترجيت، وأحداث ما كان يعرف بالاتحاد السوفيتي وغيرها من أمثلة تدل على أن نفوذ الإعلام بدأ يتعاظم؛ حتى أصبح قوة لا يُستهان بها توجِّه الرأي العام، والتسلط على السياسة والاقتصاد.

ففي الربع الأخير من القرن الماضي، خاصة السنوات العشر الأخيرة ولد في دنيا الإعلام مولود غريب، كان له أعظم الأثر في تغيير الإعلام تغييرًا جذريًّا قلب المفاهيم والفلسفات والنظريات الإعلامية رأسًا على عقب، وفتح العالم بغزوة لا تصد ولا ترد هذا المولود اسمه البث المباشر عبر القنوات الفضائية، فقد شاهد العالم ولأول مرة منذ نشأته بعضه بعضًا، فالكلمة السحرية زر صغير في البلورة السحرية العجيبة، تفتح للمشاهد نافذة على العالم، يرى وهو جالس في مكانه أحداثًا تدور على الطرف الآخر من الكرة الأرضية، بل يرى ما تحت سطح الأرض وما فوقها والإعلام يُعد من أهم وسائل الترويج للمبادئ وأبعدها أثرًا.

ويبقى الإعلام الإسلامي بسماته المميزة، وخصائصه الذاتية، ووظائفه الأساسية مَعْلَمًا بارزًا في خضم وسائل الإعلام المختلفة شرقًا وغربًا، جنوبًا وشمالاً؛ فالإعلام الإسلامي له هُوية خاصة، وأسس راسخة.

الإعلام الإسلامي موضوعي يزوِّد الناس بالحقائق والمعلومات الصحيحة والثابتة، والأخبار الصادقة فهو محكوم بقواعد أخلاقية وأسس علمية تمنع من الزلل، وتؤدي إلى قيام علاقات سليمة؛ لذا يمكن تلخيص أبرز أسس الإعلام الإسلامي فيما يلي:

١- احترام الناس عند إمدادهم بالمعلومات.

٢- توفير قنوات اتصال يكون لكل فرد في المجتمع حق استعماله.

٣- الدقة في استقاء الأنباء ونشرها.

٤- تجنب خداع الناس.

٥- تجنب الكذب في رواية الأخبار.

ومن ثم، فلا حرج في أن يستفيد الإعلام الإسلامي من كل الوسائل المتاحة في وقتنا الحاضر؛ سواء كانت صحفًا ومجلات، أم إذاعة وتلفاز، فضلاً عن ندوات الوعظ ومحاضرات الإرشاد.

والقناة الفضائية الإسلامية تبقى الخطوة في بناء صرح إعلامي إسلامي؛ لأن بلوغ الهدف لا يكون إلا عن طريق البرامج التي سيتم بثها من خلال هذا المنفذ المؤثر وهذا يستدعي أن نكون على مستوى فني وتِقَني عالٍ جدًّا في إعداد البرامج، واستخدام كافة وسائل العرض، ولجميع الأعمار والفئات، شريطة أن تسير هذه الوسائل المختلفة في منظومة واحدة محددة بالشرع وحدوده وضوابطه، وَفْق منهج إعلامي إسلامي سليم.

حاجة الأُمَّة إلى الإعلام الإسلامي:

تَحدَّث الأستاذ توفيق الشريف المدير العامُّ للمجلس الإسلاميِّ العالمي للدَّعوة والإغاثة مؤكِّدًا أهميَّة الإعلام، سواء كان إعلامًا مرئيًّا أو مكتوبًا أو مسموعًا، وأمانة الكلمة، وضرورة العمل على جَعْل الإعلام الإسلاميِّ دائمًا في مُقدِّمة الصُّفوف؛ لأنَّ الأمَّة بحاجةٍ إلى إعلاميِّين يعرفون جيِّدًا أنَّهم أصحابُ رسالةٍ يُدافعون بها عن الأمَّة الإسلاميَّة، وإحياء معنى الأُمَّة في نُفوس العالم الإسلامي.

أنَّنا نعيش عصر الإعلام، حيثُ أصبح العالَمُ عبارةً عن قريةٍ صغيرة، وللأسف الشديد، فإنَّ الدُّول الإسلاميَّة على اتِّساع رُقعَتِها لا تَمْتلك حتَّى الآن وكالة أنباءٍ إسلاميَّة متخصِّصة كالوكالات العالميَّة الأخرى، التي ما زلْنا نَسْتقي منها المعلوماتِ والأخبارَ، الَّتي تصبغها بصِبْغةٍ سياسيَّة مُوافقةٍ لأهوائها.

ما هو الإعلام الإسلامي الذي نريد ؟

تختلف نظرات الناس حول الإعلام الإسلامي ما بين النظرة الجغرافية، والتاريخية، والنظرة الواقعية التجزيئية فالنظرة الجغرافية تفهم الإعلام الإسلامي على اعتبار أنه الإعلام الصادر من دول العالم الإسلامي، أو الجهات التي تنتسب إلى الإسلام وتكاد هذه النظرة أن تكون النظرة السائدة في الدراسات الأجنبية عن الإعلام الإسلامي لذلك تصنف هذه الدراسات إعلام الدول التي تقع في إطار العالم الإسلامي ضمن الإعلام الإسلامي بمفهومه الجغرافي الرسمي، دون تمييز في المنهج أو الغاية أو الممارسة .

والنظرة التاريخية للإعلام الإسلامي تكاد تحصر الإعلام الإسلامي في إطار زمني ضيق، فتوحي بأن الإعلام الإسلامي مفهوم تراثي، وممارسة محدودة في فترة زمنية معينة، مثل تلك الدراسات التي تتناول الإعلام ووسائله في عهد النبوة أو الخلفاء الراشدين .

أما النظرة الواقعية التجزيئية للإعلام الإسلامي، فتستند إلى صور الممارسة الواقعية لبعض جوانب الإعلام الإسلامي المحدودة، وتفهم هذا الإعلام باعتباره إعلاماً دينياً متخصصاً لذلك يغلب على من ينحو هذا المنحى أن يفهم الإعلام الإسلامي في حدود الصفحات الدينية، وركن الفتاوى، وخطب المنبر، في الصحافة اليومية، أو في حدود تلك الصحف والمجلات التي تسمّى نفسها إسلامية، أو في حدود البرامج والأحاديث الدينية في الراديو، أو في حدود البرامج والأفلام والمسلسلات التاريخية والدينية، التي يشاهدونها عبر شاشة التلفاز أو السينما٠

ورغم أن هناك بعض جوانب الصحة في هذه النظرات المختلفة للإعلام الإسلامي ، إلاّ أنها لا تعبر عن حقيقة الإعلام الإسلامي بشموله وتكامله،ولا تمثل جوهره الأصيل، وخصائصه النظرية والتطبيقية.

فالنظرة الجغرافية توهم الإعلام الصادر من دولة مسلمة يكتسب الشرعية الإسلامية بمجرد انتسابه إلى الدولة المسلمة، دون اعتبار لغاية ذلك الإعلام ومنهجه، ودون اعتبار لمضمونه

وأساليب ممارسته والمؤسف أن واقع الإعلام المعاصر في كثير من دول العالم الإسلامي لا يصور حقيقة الإعلام الإسلامي والتحليل العلمي الموضوعي يكشف لنا أن كثيرا من منطلقات الإعلام، ومضامينه، وأساليب، ممارسته، وقواعد تنظيمه في كثير من الدول المسلمة يسير في ركب التقليد والتبعية للأنماط الغربية أو الشرقية في الإعلام، ويفتقد الهوية الإسلامية الواضحة ٠

والنظرة التاريخية للإعلام الإسلامي، نظرة قاصرة، إذ تحجّم هذا الإعلام وتصوّره على أنه إعلام تراث عتيق، ينفصل عن الواقع، ويبتعد عن معالجة قضايا العصر والاستفادة من معطياته ومنجزاته والحقُّ أن الإعلام الإسلامي ليس مرتبطاً بفترة زمنية، وليس محدوداً ببقعة مكانية محدودة، بل هو منهج يتجاوز حدود الزمان والمكان، ويحمل في طياته بذور الملائمة لكل زمان ومكان .

أما النظرة الواقعية التجزيئية للإعلام الإسلامي، فهي نظرة مجحفة، غير منطقية، وهي مثل سابقتيها تحجم هذا الإعلام، وتفصله عن الواقع، وتخصّص له جزءاً محدودا من النشاط الإعلامي الحافل وهذه النظرة ذات أثر خطير في حياة المسلمين، لأنها تفصل الإعلام بأنشطته الواسعة وممارساته المتنوعة، عن الهدى الإسلامي، وتكتفي بتحكيم الإسلام في جزءٍ من النشاط الإعلامي، ثم لا تبالي أن يناقض الإعلام مبادئ الإسلام وأخلاقه ويتعدى حدوده وضوابطه في الأجزاء الأخرى التي يطلق عليها الإعلام العام وكأن هذا المفهوم يقترب من المفهوم الغربي العلماني في فصل الدين عن الحياة،واعتبار الدين شأناً فردياً وعقيدة مكنونة، يخصص له جزء من النشاط الإنساني، ولا سلطان له على الواقع، ولا هيمنة له على الحياة الاجتماعية ونشاطاتها العامة.

إنَّ المفهوم البديل، بل المفهوم الحقّ للإعلام الإسلامي هو المفهوم المنهجي،الذي لا يجعل مقاييس إسلامية الإعلام مبنية على أساس الحدود الجغرافية والمكانية،أوالوضع التاريخي المحدود، أو الممارسة الواقعية الخاطئة للإعلام في الحياة، بل يبنى تلك المقاييس والمعايير على أساس المنطلقات الرئيسة والأطر الفكرية والاجتماعية والإنسانية المنبثقة من روح الإسلام وتصوراته الكلية وقيمه السامية، وعلى أساس الضوابط الشرعية التي ينبغي أن يسير الإعلام على هدي منها، ويلتزم بها في أنشطته المختلفة وممارساته الواقعية .

والإعلام الإسلامي بهذا المفهوم المنهجي روح تسري في النشاط الإعلامي كله، تصوغه، وتحركه وتوجهه منذ أن يكون فكرةً إلى أن يغدو عملاً منتجاً متكاملاً، مقروءاً كان أو مسموعاً أو مرئياً وبذلك يصبح الإعلام الإسلامي منهجاً قويماً تسير وفقه جميع الأنشطة الإعلامية في كافة الوسائل والقنوات دون أن يحيد نشاط واحد منها عن الطريق، أو يتناقض مع الأنشطة الأخرى سواء في الوسيلة الواحدة أو الوسائل المتعددة وبذلك يصبح الإعلام الإسلامي حكماً موضوعياً تتحاكم إليه جميع هذه أنشطة الإعلام ثم لا يجد نشاط منها حرجاً في التسليم لحكمه والإذعان لتوجيهه.

لماذا الإعلام الإسلامي ؟

إنَّ المطلب القيم لا بد أن تتوافر له مبرّرات قوية ومقنعة، تسوّغ تبنيه بإخلاص، وتدفع إلى الدعوة إليه بإلحاح، وتقوي العزائم في سبيل تحقيقه في الواقع بلا توانٍ أو هبوط وتستند المطالبة بأسلمة الإعلام وصياغته صياغة إسلامية إلى مبررات ثلاثة هي:

١- المبرّر المنطقي :

لقد جاء الإسلام ليكون منهجاً شاملاً للحياة كلها بجميع جوانبها ومجالاتها ورسم الإسلام للإنسان معالم لنظمه الاجتماعية المختلفة، لتتوافق مع الغاية الرئيسة لوجوده، وهي استخلاف الله له في الأرض لعمارة الكون وفق منهج الله وتحقيق عبادته وحده.

وارتباط المسلم بإسلامه ليس ارتباطاً عاطفياً روحياً فحسب، بل ارتباط واقعي عملي من خلال تطبيق شرائع الإسلام وهديه وتعاليمه السامية وتوجيهاته الربانية في مجموعة من النظم الإسلامية التي حكمت حياة المسلمين في شؤونهم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والمدنية والعسكرية.

وعندما ضعف التزام المسلمين بمبادئ دينهم، وتكالبت عليهم قوى الامبريالية التي استهدفت خلخلة التصور الشامل للإسلام وتطبيقه في حياتهم، تحوّل ارتباط معظم المسلمين بالإسلام في العصر الحاضر إلى مجرد ارتباط عاطفي محدود، يكتفي فيه المسلم بإقامة شعائر التعبد وقد نتج عن هذا المفهوم المغلوط لحقيقة الالتزام الإسلامي أن حفلت حياة المسلمين بصور الازدواج والتناقض بين الارتباط العاطفي بالإسلام في ميدان العبادة والأخلاق الفردية، وبين الارتباط العلمي الواقعي بالمذاهب المناقضة للإسلام في ميدان النظم والتشريعات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وحياة المسلمين المعاصرة لن تتحقق لها الصبغة الإسلامية إلا عندما ينسجم ارتباطها العاطفي بالإسلام في الجانب العَقَدي والروحي والفردي مع ارتباطها العلمي والواقعي بالإسلام في الجانب التشريعي والتنظيمي ومن هنا تكتسب الدعوة إلى صياغة المعارف والنظم في حياة المسلمين صياغة إسلامية أهمية بالغة بل إنَّ تحقيق هذا الهدف يعتبر التحدي الحقيقي الذي ينبغي على الأمة الإسلامية أن تواجهه في وقتها الراهن.

ويعتبر الإعلام فرعاً مهماً من فروع المعرفة العلمية والتطبيقية، التي تحتاج إلى العناية بتأصيل مفاهيمها ومناهجها وتهذيب أساليب وطرق ممارستها الواقعية وفقاً لهدي الإسلام وتوجيهاته وتتعاظم أهمية صياغة النظام الإعلامي: فلسفة وغاية ومنهجاً وممارسة، صياغة إسلامية في ضوء إدراكنا لأهمية الإعلام في حياة المجتمعات، وخطورة ما يقوم به في التأثير على الأفراد والجماعات سلباً أو إيجاباً .

إنَّ المبرر المنطقي للمطالبة بصياغة الإعلام صياغة إسلامية، يؤكد على أن هذه الصياغة نتيجة منطقية لشمول المنهج الإسلامي وتكامله.

٢- المبرّر الواقعي:

يواجه المسلمون اليوم في مختلف أقطارهم ومواطنهم غزواً فكرياً وثقافياً وحضارياً رهيباً ولم يَعُد هذا الغزو الحضاري الشامل مقصوراً على الوسائل التقليدية للغزو من كتب استشراق، أو مذاهب هدّامة، أو مؤامرات مكشوفة فقد انتهى عصر الغزو الاستعماري الاستشراقي المباشر والغزو الحضاري الذي تواجهه الأمة الإسلامية يستخدم وسائل جديدة، فالرسالة الغازية تعبر إلى الأجيال الصاعدة، بل إلى العقول المثقفة، عن طريق الخبر الذي تبثه وكالة الأنباء، والتحليل السياسي، أو الاقتصادي الذي تكتبه الصحيفة والصورة التي ترسلها الوكالات المصورة والرسالة الغازية تعبر إلى العقول المثقفة عن طريق الفيلم المدهش، وشريط الفيديو، والبرنامج الإذاعي المشوق وعن طريق فيلم الكرتون المتقن وعبر النظريات المدسوسة في مناهج التربية والتعليم، معللة بدعاوى العلم والتقدم والاكتشافات الحديثة

إن أخطر ما في الغزو الثقافي المعاصر أنه أصبح ذا دافع ذاتي تلقائي، يتم دون مجهود من الجهات الغازية، يتم دون أن يدرك ضحية الغزو أنه معرض لأي خطر، فيقدم، في حماسةٍ وبلاهة، لا على قبول الغزو فحسب، بل إلى اعتناقه واحتضانه وهنا يكمن الخطر .

هذا الغزو الحضاري الرهيب يعمل على زعزعة مبادئ الإسلام وقيمه وهدم أخلاقياته ومثله في نفوس أبناء المسلمين لينشأوا في غُربةٍ عن دينهم وحضارتهم وتراثهم، ويصبحوا فريسة سائغة للأفكار الغربية ونمط الحياة الغربية بكل ما فيها من انحرافات ومفاسد وأوبئة ووصل هذا الغزو إلى منازلنا ولم يعد أمامنا مفر من مواجهته، المواجهة الصحيحة التي لا تكتفي بالتنديد والصراخ والدعاء بالويل والثبور، بل بتطوير استراتيجية مُحكمة تعتمد على هدفين :

الأول: توجيه الإعلام في الدول الإسلامية نحو الأصالة والذاتية النابعة من قيم الإسلام ومبادئه، وتوفير الجو الملائم والدعم المناسب لصنع البدائل الإسلامية التي تقف في مواجهة ما يقدمه الغرب.

والثاني: تنقية الإعلام إلى جانب التعليم من المؤثرات الغربية العلمانية والإلحادية، وتفنيد ما تقدمه وسائل الإعلام الغربية من مفاسد وانحرافات وبيان عوارها وتهافتها بمنطق مقنع وبوسائل مكافئة .

وهذه المواجهة الواقعية للغزو الفكري والثقافي في صورتها الشاملة المتكاملة المتكافئة لن تتحقق إلاَّ عندما تتبلور في أذهان المسلمين الصورة الحقيقية للإعلام الإسلامي، وتتوالى معطياته الواقعية وثمراته العملية في واقعهم المعاصر، إذ لا يمكن أن يهزم الباطل الزائف إلا الحقُّ الأصيل :(بَل نَقذفُ بالحَقِّ الباطِلِ فَيَدْمَغُهُ فإذا هُوَ زاهِقٌ) .

٣- المبّرر الإنساني :

وسائل الإعلام، لسان هذا العصر وقد أدرك أصحاب الديانات والمذاهب والأفكار أهمية استغلال هذه الوسائل في سبيل إيصال أفكارهم وعقائدهم ومذاهبهم إلى الناس وكان النصارى الصليبيون أكثر الناس إدراكاً لهذه الأهمية، وأسبقهم إلى استخدامها في مجال التنصير وفي الوقت الذي ينشط فيه أصحاب الديانات المحرّفة والمذاهب الفاسدة لاستغلال وسائل الإعلام لخدمة أغراضهم، نجد المسلمين غائبين عن ساحة الإعلام إلاّ بعض جهود محدودة لا أثر لها.

والبشرية اليوم قد سئمت من الدين المحرّف، وانصرفت عن المذهب الفاسد، وتعيش ضياعاً وقلقاً واضطراباً وقد أثقل كاهل الإنسانية في وقتها الراهن كابوس الإلحاد والعلمانية، والفساد الخلقي، والظلم والاستبداد السياسي،والاستغلال الاقتصادي،والتفكك الاجتماعي، وتعالت صيحات تبحث عن مصدر للأمان والعدالة والحياة الكريمة، فأين سيجدون كل ذلك إلاّ في الإسلام ؟!!

كيف نصل إلى الإعلام الإسلامي ؟

إنَّ تحقيق ثمرة التصور النظري للإعلام الإسلامي، بشموله وتكامله، لن يكون إلاّ بمحاولة الإجابة على هذا التساؤل الملحّ: كيف نصلُ إلى الإعلام الإسلامي ؟.

الوصول إلى الإعلام الإسلامي يحتاج عمل دؤوب في أربعة ميادين رئيسة هي :

١- ميدان الإعداد والتأهيل البشري: فأهم الوسائل للوصول إلى تحقيق الإعلام الإسلامي في واقع الحياة هو إعداد كفايات بشرية متخصصة في الإعلام، وتأهيلها فكرياً، وخُلُقياً، وعملياً، ومهنياً والإنسان هو العنصر الأول في إحداث أيّ تغيير مقصود والعناية بإعداد الإعلاميين الإسلاميين، وتأهيلهم حتى يكونوا قادرين على تحمل هذه المسؤولية الضخمة، ليس أمراً سهلاً قليل التكاليف، بل هو عمل كبير، يتطلب منا جهوداً عظيمة وطاقات عديدة إن الطبيب يمر بفترة صعبة ومكثفة وطويلة من إعداد وتأهيل، فما بالك بالإعلامي، وهو المعلم، والمربي، والقائد، والموجه، وصانع الرأي في المجتمع مهمّته ولا شك أعظم ، ومسؤوليته أكبر، فهو يطّبب النفوس، ويؤثر في العقول، ويسهم في صياغة مواقف الناس وسلوكهم لذا وَجَبَ أن يكون تأهيلُه مواززياً لهذه المسؤولية المنوطة به ولابدّ لإعداد الإعلامي الإسلامي وتأهيله من أن يتكامل المنهج العلمي والعملي في الجوانب التالية:-

أ ـ الإعداد الأصولي والفكري، حيث يتعرّف الطالب على الأصول العقدية والفكرية والتشريعية للإسلام من خلال مجموعة مختارة من المقررات الشرعية والفكرية في القرآن الكريم، والتوحيد، والتفسير، والحديث، والفقه، والثقافة الإسلامية.

ب ـ إعدادات اللغة والتذوق، فاللغة وسيلة الإعلامي، ووعاء الفكر والثقافة، لذلك لا بد له من أن يدرس بعض المقررات في اللغة العربية نحواً وصرفاً وفقهاً، وأن يسعى إلى التمكّن في فنون القول،والبيان والأسلوب، والتعبير، والتذوق الأدبي .

ج ـ الإعداد التخصصي والمهني، وهذا الإعداد لابد أن يتكامل فيه الجانب النظري والعملي التطبيقي حتى لا تصبح دراسة الإعلام دراسة نظرية بحتة ولا بد من اكتساب الطالب للمهارات العملية والمهنية المطلوبة منه في واقع الممارسات الميدانية.

د ـ الإعداد الثقافي العام، وهذا يتطلب الإلمام بالواقع الذي يعيش فيه، من حيث قضاياه ومشكلاته، وأحداثه، وتياراته، كما يتطلب الإلمام ببعض المعارف والعلوم المُعينة على فهم هذا الواقع وتحليله، وهي علوم وثيقة الصلة بالإعلام كعلم النفس والاجتماع، والعلوم السياسية والاقتصادية، واللغة الأجنبية .

ولا بد من التأكيد هنا على أن من مستلزمات هذا الإعداد الصارم للإعلاميين الإسلاميين،أن يخضع الطلاب الذين يقبلون في أقسام الإعلام لشروطٍ موزونة سواء في المجال العلمي أو الأخلاقي ولا بدّ أن يتوافر فيهم الحدّ الأدنى من الموهبة، والاستعداد النفسي كذلك لا بد من التأكيد على أن يتوافر لهؤلاء الطلاب في المحيط الأكاديمي جوّ من العلاقة الحميمة بينهم وبين أساتذتهم، مبنية على الثقة والاحترام والتهذيب التربوي والتوجيه الأخلاقي عبر القدوة الصالحة التي يجدها الطلاب في أساتذتهم ويعد الجانب التربوي والأخلاقي ذا أهمية بالغة في مجال إعداد الإعلامي الإسلامي نظراً للصعوبات الجمّة والتحديات العديدة والمغريات المتنوعة التي تصادف الإعلامي الإسلامي في حياته العملية.

٢- ميدان التأصيل والتنظير العلمي:

لا يزال الاهتمام بتأصيل قواعد الإعلام وأصوله وممارساته من وجهة النظر الإسلامية، محدوداً ومتناثراً والمطلوب أن يتصاعد الاهتمام العلمي بالإعلام الإسلامي تأصيلاً وتنظيراً، وأن يركز على النوعية وينطلقُ هذا الاهتمام من خلال إنشاء ودعم معاهد ومراكز بحوث إعلامية،تهتم بالإعلام الإسلامي، واستقطاب الباحثين والدارسين الذين يتميزون بالإخلاص والوعي الإسلامي ، والخلفيَّة الشرعية، والاستيعاب العلمي للتخصص الإعلامي، إلى جانب تمتعهم بمنهجية التفكير، والتمكن من أساليب البحث العلمي ووسائله.

ولعل من الأهمية بمكان أن تسير هذه الجهود العلمية التأصيلية وفق خطة مدروسة وتصّور سليم للأولويات، وأن تعتمد على أسلوب فرق العمل الجماعية بدلاً من الأعمال والاجتهادات الفردية المحدودة ولا بد أن تتوافر لهذا العمل التأصيلي العلمي إمكانية بشرية ومادية ملائمة، كما لا بد من توافر قنوات علمية تُسهم في تحريكه وبلورته وانضباطه كالندوات العلمية، وحلقات الدراسة ومشاريع الأبحاث، والمؤتمرات واللقاءات، التي تتلاقح فيها الأفكار، ويتبادل فيها الباحثون والدارسون الآراء، ويتناقشون فيها حول نتائج بحوثهم ومؤلفاتهم.

٣- ميدان الإصلاح الواقعي :والمقصود بهذا: الإسهام الإيجابي في إصلاح أوضاع مؤسسات الإعلام القائمة في العالم الإسلامي، الرسمية منها وغير الرسمية، وتنقيتها من الشوائب وترشيد مسارها الإعلامي، سواء ببذل النصح والمشورة، أو دعم الأعمال التي تخدم الإعلام الإسلامي، أو المشاركة العلمية في تلك المؤسسات والهيئات في ميادينها القيادية والإنتاجية والتقويمية ويبدأ الإصلاح الواقعي بمحاولة إيجاد قنوات تواصل وتعاونٍ بين المهتمين بشؤون الدعوة والإرشاد والإعلام الإسلامي من جهة ، وبين العاملين في مجال الإعلام من جهةٍ أخرى، من أجل تضييق الفجوة بينهم ولقد عانت الأمة من جرّاء انعزال العلماء وذوي الاتجاهات الإسلامية عن الوسائل الإعلامية،

وعدم توثيق صلاتهم وعلاقاتهم بالعاملين في هذه الوسائل والسعي من أجل تنظيف الإعلام من الانحرافات والتشوّهات هدف نبيل يحتاج إلى تحمل وصبر واقعي للظروف التي يعيش فيها الإعلام وانتهاج أسلوب التدرج في الإصلاح ضرورة لازمة في ضوء معرفتنا أنَّ كثيراً من المفاسد والانحرافات التي تحيط بوسائل الإعلام قد استغرق نشرُها وتكريسها زمناً ، وإصلاحها أو تخليص الإعلام منها يحتاج إلى زمن أيضاً ، وما أسهل الهدم وما أصعب البناء ٠

٤- ميدان الإنتاج العملي المتميز:

إنّ صناعة البدائل الإسلامية في مجال الإعلام بمختلف فنونه وضروبه وألوانه، تحتاج إلى المبادرة إلى إنشاء مؤسسات وشركات إسلامية للإنتاج والتوزيع الإعلامي في مختلف المجالات، وإنشاء مثل هذه المؤسسات يتطلب طاقات بشرية عديدة، ويتطلب تكاليف مادية ومالية باهظة لكن الاستثمار في هذا النوع من الإنتاج سيحقق مكاسب معنوية ومادية لا نظير لها لكن ينبغي التنبيه إلى أهمية أن يتولى مثل هذا الإنتاج العملي الإسلامي المميّز طاقات ذات إخلاص وتقوى، وأن يستعان فيه بأهل الخبرة والمعرفة وان تكون الأعمال المنتجة، متقنة من حيث جوانبها الفكرية والفنية، حتى لا تشوّه الإنتاج الإسلامي البديل وتعطي صورةً سيئة عنه لذلك لا ينبغي الاستعجال في هذا الجانب إلاّ بعد استكمال العدّة تصوراً ومضموناً، وتوافر العناصر البشرية إخلاصاً وتمثلاً، وإتقان العمل فنياً وحرفياً.

وصياغة الإعلام نظرياً وتطبيقياً صياغة إسلامية، ليست مشروعاً سهلاً سريع التنفيذ بل مشروع عملاق يمثل صورة من صورة التحدي الحضاري الشامل الذي تواجهه الأمة الإسلامية في حاضرها ومستقبلها وتوافر الجو السياسي والاجتماعي الملائم، والدعم المعنوي والمادي المناسب لتنفيذ مثل هذا المشروع العملاق، يُعدُّ ركيزةً أساسية للانطلاق نحو تحقيقه في واقع الأمة الإسلامية فالنشاط الإعلامي مرتبط دائماً بالبيئة السياسية والاجتماعية التي يعيش فيها، ويتأثر بها، سلباً وإيجاباً لكن لا ينبغي أن يصيبنا اليأس أو الإحباط بسبب ضخامة التكاليف المعنوية والمادية، بل ينبغي أن يكون ذلك دافعاً قوياً لنا لنروّي الأمل المتفتح في قلوبنا وواقعنا بماء الإخلاص، والعزيمة الصادقة، والتخطيط المدروس، والعمل الجادّ، والسعي الدؤوب المتواصل حتى يثمر الأمل ويتحقق الحلم.

<u>محاولة إيجاد نظام قوي للإعلام الإسلامي</u>

الاعلام اليوم عصب الحياة ووجه من أوجه الحضارة فهو الوجه المعبر عن العقيدة الدينية والمذاهب السياسية والاتجاهات الفكرية والظروف الاجتماعية والنظم الاقتصادية فهو يتأثر بهذه العوامل مجتمعة كما يؤثر فيها أيضاً.

فالإعلام يعبر عن النظام العام في الأمة ولاشك أن التطورات العقدية والقيم والمبادئ المنبثقة عنها تمثل لحمة الإعلام وسداه فهو وإن اختلف باختلاف الزمان أو المكان ونظم الحكم وظروف كل مجتمع لا يستطيع أي مجتمع إنساني أن يحيا بدونه، فلا يوجد عصر من العصور خلا من الإعلام فالإعلام ظاهرة اجتماعية شقت طريقها إلى كل البيئات وكل العصور منذ كان الإنسان يحيا حياة بدائية حتى العصر الحديث ومن الطبيعي أن يتأثر الإعلام والعمل الإعلامي بحقائق المجتمعات التي يعمل فيها ويعكس ظروفها وواقعها، الأمر الذي أدى إلى تعدد أهدافه ونظمه في كل مجتمع من هذه المجتمعات، فلا نستطيع أن نفصل الإعلام عن الواقع الاعتقادي والاجتماعي والسياسي السائد في مجتمع ما.

فنظام الإعلام في أي مجتمع وليد البيئة، ووليد النظام السياسي القائم فيه، يعكس ظروفه السياسية والاقتصادية والاجتماعية وعلى الرغم من أن الإعلام بأجهزته ووسائله ونظرياته وتقنياته الحديثة لم يكن معروفا وقت نزول الوحي على نبينا ص إلا أنه وبتطبيق المقاييس العملية الحديثة الحالية على الدور الملقى على عاتق الدعوة الإسلامية يمكننا القول: إن الإعلام كان ولايزال أداة هذا الدين ودعامته الرئيسية في كل المجتمعات فالدين الإسلامي دين دعوة، والدعوة عمل إعلامي بكل ما تحمل هذه العبارة من معنى، فالدعوة عمل إعلامي يخاطب العقل ويستند إلى المنطق والبرهان ويعمل على الكشف عن الحقيقة

وقد ميز اللهّ جلت قدرته أمة الإسلام على سائر الأمم الأخرى بالمهمة الإعلامية والحث على الدعوة إليه عز وجل والتذكير والعظة والإنذار بسوء العاقبة لمن يقعد عن القيام بهذا الواجب الذي من أجله بعث اللهّ الرسل مبشرين ومنذرين، فلا يكون للناس على اللهّ حجة بعد الرسل فالأمر بالمعروف والنهي عن المنكر لن يأتى إلا عندما يقوم كل مسلم بأداء المهمة الإعلامية التي كلفه بها ربه، وتتمثل في الدعوة إلى اللهّ.

أصبح لزاما على المسلمين ألا يتقاعسوا عن تحمل المسؤولية الإعلامية ووجب عليهم الاهتمام بالعمل الإعلامي وتعميمه وتربية أولادهم على هذا المنهج، وبذلك يصبح كل مسلم ملزماً بتقويم كل خطأ يقابله وتصحيح أي اعوجاج في بيته أو عمله أو دائرة نشاطه وتحركه، ففي ذلك صلاح وانتصار لامة المسلمين .



الباب الثالث

وسائل الاعلام الاسلامى ودواعى الظهور

وسائل الإعلام الإسلامي

يتمتع الإعلام الإسلامي دون غيره بوسيلتين ربانيتين، القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة، وإلى جانب هاتين الوسيلتين نالت وسائل الإعلام الأخرى من الإسلام اهتماماً كبيراً من حيث التطوير والتحسين على مختلف العصور أكثر من غيره من الملل والدعوات ولقد استخدم المسلمون الأوائل الوسائل المعروفة وقاموا بتطوير بعضها تحسيناً وتجويداً، وأضافوا إليها وسائل جديدة، ومن هنا تميز الإعلام الإسلامي بتنوع وسائله مع الاستفادة الكاملة مما يُسْتَحْدث من الوسائل والتقنيات الإعلامية [١].

ومن أهم وسائل الإعلام الإسلامي قديماً وحديثاً:

١ - القرآن الكريم: وسيأتي بيان هذه الوسيلة الجليلة في الفصل التالي منفردة على التفصيل اللائق بها والذي تقتضيه طبيعة وموضوع البحث

٢ - السنة النبوية: كانت وما تزال الأحاديث الشريفة - قولاً، أوفعلاً، صفةً ،أو تقريراً منبعاً ومصدراً للعلم والثقافة الإسلامية في عالم الإسلام، وتمثل الرسالة الإعلامية المثلى، التي تفي بحاجات الإعلام الإسلامي في جميع المجالات، وتوفر النموذج الكامل للاتصال بالناس.

---

(١) - الإعلام الإسلامي ووسائل الاتصال الحديثة. ص ٣٣. والإعلام الإسلامي خصائصه وأهدافه. د عناية الله إبلاغ. ص ٨٤ - ٨٩.

٣ ـ القدوة الحسنة: وهذه الوسيلة العظيمة مبنية على غريزة التقليد والمحاكاة عند البشر، بما لها من تأثير فعال في ميدان الإعلام والتربية والتعليم، ورُبَّ رجل يقتدى به في عمله يكون أنجح من كثير من جهود الإعلام لنشر فكر أو عقيدة أو سياسة؛ وقد اهتم القرآن بهذه الوسيلة فلفت أنظار المؤمنين إلى أحسن القدوة وخير الأسوة سيدنا محمد ص لنهتدي بسنته ونقتدي بأقواله وأفعاله فقال سبحانه {لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَنْ كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا} فرأينا في رسول الله ص والصحابة الكرام تطبيقاً عملياً واهتماماً شديداً بهذه الوسيلة، فكانوا مضرب المثل في نشر القيم التي دعا إليها الدين الجديد، وترجموا بأفعالهم تعاليم دينهم من المساواة والعدالة والرحمة والتكافل والشجاعة والبذل والتضحية والإيثار ،فكانوا سبباً لدخول الشعوب والأمم في دين الله أفواجاً لما رأوه من السمو الأخلاقي والسلوكي في سيرتهم الراشدة المباركة (١).

٤ ـ إعلام الكلمة الطيبة: ورغم أن للكلمة مكانة عظيمة كوسيلة إعلامية

من قبل الإسلام، إلا أن إسلامنا تعامل مع الكلمة باهتمام كبير، ونبه على خطورتها في كتاب الله سبحانه، فجاء قوله سبحانه {مَا يَلْفِظُ مِنْ قَوْلٍ إِلاَّ

---

(١) ـ الإعلام في صدر الإسلام. ص ٤٤ ـ ٦٩

لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَتِيدٌ } وبين أثر الكلمة طيبة كانت أو خبيثة في قوله سبحانه {أَلَمْ تَرَ كَيْفَ ضَرَبَ اللهُّ مَثَلاً كَلِمَةً طَيِّبَةً كَشَجَرَةٍ طَيِّبَةٍ أَصْلُهَا ثَابِتٌ وَفَرْعُهَا فِي السَّمَاءِ تُؤْتِي أُكُلَهَا كُلَّ حِينٍ بِإِذْنِ رَبِّهَا وَيَضْرِبُ اللهُّ الأَمْثَالَ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ وَمَثَلُ كَلِمَةٍ خَبِيثَةٍ كَشَجَرَةٍ خَبِيثَةٍ اجْتُثَّتْ مِنْ فَوْقِ الأَرْضِ مَا لَهَا مِنْ قَرَارٍ } وفي السنة المطهرة أيضاً جاء التأكيد على مكانة الكلمة فقال النبي ص (إن العبد ليتكلم بالكلمة من رضوان الله، لا يلقي لها بالا، يرفع اللهُ بها درجات، وإن العبد ليتكلم بالكلمة من سخط الله، لا يلقي لها بالا، يهوي بها في جهنم) [١].

وهذا الوعد والوعيد على الكلمة يؤكد على اعتبار الشرع لها واهتمامه بها إدراكاً لأثرها وتقديراً لخطورتها ويدخل تحت مسمى إعلام الكلمة الطيبة:

أ- الخطبة: وهي من الفنون الإعلامية القديمة، وقد ظهر أثرها في شبه الجزيرة العربية قبل الإسلام، واستخدمها الخطباء بهدف الإقناع واستمالة الآخرين بالتأثير فيهم عاطفياً وعقلياً معا. وقد تعامل الإسلام مع الخطبة تعاملاً متميزاً بل جعل منها فريضة يُستَمَع إليها في أيام الجُمَع والأعياد،وللخطب عند المسلمين مكانة خطيرة في القديم والحديث

---

(١) صحيح البخاري. كتاب الرقاق. باب حفظ اللسان رقم الحديث: ٦١١٣

لم تستطع وسائل الإعلام الحديثة زحزحتها عنها،ومازالت الخطبة إلى الآن من فنون الإعلام المؤثرة التي لو أحسن الخطباء استغلالها لفاق تأثيرها كل وسيلة [١] ٠

ب- الأذان: وهو شعيرة جليلة من شعائر الإسلام، يراد به إعلام المسلمين بدخول وقت الصلاة، يرفع على رؤوس الأشهاد خمس مرات في اليوم والليلة، وفي كلماته الشهادة لله سبحانه بالوحدانية، ولرسوله عليه الصلاة والسلام بالرسالة، وتكبير الرب عزَّ وجلَّ، والدعوة للصلاة والفلاح،وهذا من أعظم وسائل الإعلام الإيمانية التي يتربى المسلمون في ظلالها فيوحدون ربهم سبحانه ويتبعون رسولهم عليه الصلاة والسلام ويسعون للصلاة والوقوف بين يدي ربهم وفيها فلاحهم [٢].
المحاضرة: وهي فن من فنون القول أيضاً يختلف عن الخطبة في اعتماد المحاضر على الحقائق المجردة والإحصاءات الدقيقة، والحجج المنطقية ، بدون اعتماد على الناحية العاطفية، وتستخدم المحاضرات في شتى مجالات المعارف العلمية والإنسانية [٣].

---

(١) مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي. د محمد عماد محمد ص ٥٨ – ٦٠ (٢) - مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي. د سيد رزق الطويل. ص ٧٤ – ٧٩ (٣) - الإعلام الإسلامي. ص ١٣٢ - ١٣٤ بإعادة صياغة وبتصرف كبير

ث- الندوة: من أخصب وسائل الإعلام يتعدد المتحدثون فيها بوجود منظم ينظمها ويتعرف فيها على الآراء المختلفة، وتبحث المشكلات من زوايا عدة، من خلال تبادل الرأي والمناقشة، ومن ثم التقويم وصياغة النتائج.

ج- المناظرة: من أكثر الوسائل إثارة وجذباً لانتباه المتلقين ومن أهم وسائل الإعلام خاصة في زمن اختلاط المفاهيم وصراع الأفكار والمذاهب المختلفة ، وتكون بين اثنين من تيارين مختلفين، يبرهن كل مناظر على صحة آرائه ومعتقداته، مع بيان الشبهات ورد حجج المخالفين.

ح- القصيدة الشعرية: جاء الإسلام فتراجعت مكانة الشعر عما كانت عليه في الجاهلية وعلى الرغم من ذلك بقي الشعر وسيلة من وسائل الدعوة والدفاع عن الإسلام كقصائد حسان بن ثابت وعبد الله بن رواحة، وغيرهم من الأصحاب رضي الله عنهم، واستمر هذا الدور الإعلامي متميزاً في تسجيل الحوادث، وذكر البطولات، وتفنيد الشبهات، وجمع العلوم وتقييدها، وغير ذلك من فنون البيان الشعري البليغ [1]. بتصرف.

٥ - الحج إلى بيت الله الحرام: هو المؤتمر الأعظم لاجتماع المسلمين سنوياً في هذه الرحاب الطاهرة، يجتمع المسلمون من مشارق الأرض

---

(١) الإعلام في صدر الإسلام. ص ٢٦ – ٢٨_ مرجع سابق.

ومغاربها، مستجيبين لنداء ربهم {وَأَذِّنْ فِي النَّاسِ بِالْحَجِّ يَأْتُوكَ رِجَالاً وَعَلَى كُلِّ ضَامِرٍ يَأْتِينَ مِنْ كُلِّ فَجٍّ عَمِيقٍ} ، والحج من أعظم وسائل الإعلام الإسلامي، تظهر فيه وحدة الأمة وسمو مبادئها، ويبدو جلياً تعظيم الرب سبحانه،وطاعة النبي عليه الصلاة والسلام، والولاء للإسلام وأهله، والبراءة من الكفر والكافرين.

٦ ـ الجهاد: إن الجهاد في سبيل الله ليس الهدف منه سفك الدماء وترويع الآمنين، وإنما غايته الدعوة إلى الله، وإخراج الناس من الظلمات إلى النور، وإزالة الحواجز والقوى التي تحول دون وصول دعوة الحق للعالمين قال سبحانه {وَقَاتِلُوهُمْ حَتَّى لاَ تَكُونَ فِتْنَةٌ وَيَكُونَ الدِّينُ للهِّ فَإِنِ انْتَهَوْا فَلاَ عُدْوَانَ إِلاَّ عَلَى الظَّالِمِينَ (١٩٣)} فالجهاد ودفع الظالمين من أعظم الوسائل التي تمهد الطريق للدعاة إلى الله، وتفسح لهم السبيل لحسن الإعلام بمحاسن دين الإسلام وصلاحيته لكل مكان وزمان (١).

٧ ـ المطبوعات: وتشمل الصحف، والمجلات الإسلامية المتخصصة، وتتضمن أيضاً الكتب والكتيبات الإسلامية، والملصقات، والمطويات، وفي هذا المجال مكتبتنا الإسلامية تزخر بكَمٍّ هائل وقَيِّم من المصنفات التي تمثل مرجعاً للجميع كُتَّاب وباحثين ومتفقهين ومسترشدين، وكل

هذه الوسائل المطبوعة تسهم بشكل كبير وفعال في مجال الإعلام الإسلامي خاصة حين تتعرض للموضوعات والمشكلات التي تمس واقع المجتمع الإسلامي وقضاياه المختلفة وتعمل على معالجتها معالجة إسلامية واعية.

---

(١) ـ الإعلام الإسلامي خصائصه وأهدافه- ص ١١٨ ـ ١٢٥ .

٨ ـ الإذاعة: تعتبر من أقدر وسائل الاتصال لتميزها بعاملي السرعة والقدرة على الانتشار الواسع، فتتحقق لها القدرة على مخاطبة أكبر قطاع من الجماهير.

٩ ـ التليفزيون: ويتميز بين وسائل الإعلام بجمعه بين العناصر الثلاثة المؤثرة وهي الصوت والصورة والحركة، فيمتلك من التأثير ما لا يتوفر لغيره من الوسائل،لذلك نجده حائزاً على اهتمام الصغير والكبير والعديد من القطاعات في المجتمع ويمثل أداة تربوية وتثقيفية وتعليمية وترفيهية فعالة ونافعة إذا أحسن استخدامه وتوجيهه [١].

---

(١) الإعلام في المجتمع الإسلامي ـ حامد عبد الواحد. ص ٣١ ـ ٣٥.

ونظراً للأهمية القصوى لهاتين الوسيلتين فقد اتفقت دول منظمة المؤتمر الإسلامي على إنشاء منظمة إذاعات الدول الإسلامية عام ١٩٧٥م تكون أهدافها:نشر الدعوة الإسلامية- إبراز أهمية التراث -العمل على نشر اللغة العربية لغير الناطقين بها -إبراز الصورة الصادقة المشرفة والحقيقية للأمة الإسلامية- إنتاج وتبادل البرامج مع الدول الأعضاء - مواجهة الحملات المغرضة التي تشنها بعض الأجهزة الإعلامية الغربية على الإسلام والمسلمين - تصحيح الصورة الخاطئة التي يحملها الغرب عن الإسلام .

١٠ - الإنترنت أننا نعيش في عالم متسارع من التقدم المعلوماتي، والتقنيات الحديثة المتلاحقة، التي غطت أرجاء المعمورة، وفرضت نفسها كأخطر وأعظم وسائل الإعلام لما تتمتع به من مزايا فائقة جامعة لكل خصائص وسائل الإعلام الأخرى ففيها المشافهة وجها لوجه، وفيها الاستماع، وفيها الصوت والصورة والحركة جميعاً، والوسائل المطبوعة المقروءة إنها بحق الوسيلة الجامعة لكل محاسن الإعلام والجامعة لكل مساوئه بل أكثر، فهو ساحة عرض لكل الأفكار، ولجميع الملل والنحل، وكما أن للمؤمنين جهوداً كبيرة فلغيرهم جهود أكبر وأوسع انتشارا تجذب المستخدمين للشبكة من جميع الأعمار ورغم كل الجهود المخلصة في هذا المجال الفسيح فإنها تبقى قليلة وقاصرة، تحتاج الدعم، والزيادة، والتنوع، والمثابرة، والتنظيم، وترتيب الأولويات.

دواعي ظهور الإعلام الإسلامي

تتمتع وسائل الإعلام في عصرنا الحاضر بمكانة عظيمة في توجيه أفكار الجماهير، وتشكيل سلوكياتها في الحياة، في عالم تحول إلى قرية كونية،قصَّرَتْ وسائل الاتصال الالكترونية المسافات بين أجزائه، وربطت شبكةً معقدة من الاتصالات بين دوله وشعوبه، بصورة لم يسبق لها مثيل في تاريخ الإنسانية كله، وأصبحت وسائل الإعلام الموجه المركزي الأول للأفراد والمجتمعات، ولا يخفى على أحد السيطرة الكبيرة للدول الغربية على الإعلام وسياساته وتوجيهاته، ولا يخفى على مخلص الأضرار التي نزلت بالأمة من جراء هذا الإعلام الخبيث الموجه، ومن هنا تكتسب المطالبة بإيجاد البديل الإسلامي في ميدان الإعلام بجانبيه النظري والتطبيقي أهمية بالغة، فصياغة منهج للإعلام الإسلامي يعمل على سد الفراغ الهائل في منظومات المنهج الإسلامي يعتبر ضرورة ملحّة، حتىّ يمكن بلورة نموذج جديد للإصلاح الإسلامي يقوم على الشمول والتكامل والواقعية ويمكن لنا أن نعدد الدواعي التي دعت المسلمين للنزول لهذا الميدان الخطير في النقاط التالية:

١ ـ إدراك أهمية الإعلام في حياة المجتمعات، وخطورة ما يقوم به من تأثير على الأفراد والجماعات.

٢ ـ شمول أحكام الإسلام لجميع مناحي الحياة ووجوب العمل على صبغ جميع الأنشطة بالصبغة الإسلامية ومن أهمها المنظومة الإعلامية.

٣ ـ مواجهة الغزو الفكري والثقافي والحضاري الرهيب الذي يتعرض له المسلمون طعناً وتشكيكاً في دينهم وأخلاقم وتاريخهم.

٤ ـ توجيه الإعلام في الدول الإسلامية نحو الأصالة والذاتية النابعة من قيم الإسلام ومبادئه.

٥ـ تنقية الإعلام من المؤثرات الغربية العلمانية وتفنيد ما تقدمه وسائل الإعلام الغربية من مفاسد وانحرافات وبيان عوارها وتهافتها بمنطق مقنع وبوسائل مكافئة.

٦ ـ حاجة البشرية اليوم للخلاص من الشرائع المحرَّفة والمذاهب الفاسدة، فهي تعيش ضياعاً وقلقاً واضطراباً بسبب كابوس الإلحاد والعلمانية، والفساد الخلقي، والظلم والاستبداد السياسي، والاستغلال الاقتصادي، والتفكك الاجتماعي.

٧ ـ مخاطبة الآخرين بلغتهم ووسائلهم في سبيل الدعوة إلى الإسلام، وتوضيح صورته الناصعة، وإبراز محاسنه وثمراته للناس في كل مكان، وتبليغ رسالة الإسلام العالمية، وإيصال دعوته إلى البشرية كلها، وهذا من أعظم المبررات للدعوة إلى صياغة الإعلام صياغة إسلامية حتى يمكن أن يؤدي هذا الإعلام دوره في الحياة الإنسانية.

فلقد تأخر المسلمون كثيراً في سبيلهم للحاق بركب الإعلام والاستفادة من وسائله،لكنهم بدأوا جهادهم الإعلامي جهاد العصر ولن تعدم أمتنا المخلصين من أبنائها الذين يدافعون عنها ويذودون عن حياض حرماتها ومقدساتها، ويرفعون عقيدتها وشريعتها عالية للناظرين، واضحة للحيارى والباحثين عن الحق والهدى.



الباب الرابع

خطط واستراتيجيات الاعلام الاسلامى

استراتيجية التطوير:

من المتصور أن إعلام الإسلاميين لابد أن يحقق عدة أهداف، منها: القيام بعملية التغيير الحقيقي، وتغيير الأفكار والسلوكيات والأخلاق على المستوى العام والخاص كما أن عليه المساهمة في صناعة الرأي العام، والانتقال بالجمهور إلى وعي أكبر وحضور مؤثر، ونقل صورتهم لكل طبقات المجتمع حسب تفاوت ثقافتهم واللغة الواجبة بحقهم.

محاور إستراتيجية التطوير:

وانطلاقاً من أهمية تحقيق هذه الأهداف كانت الضرورة الملحَّة لصياغة إستراتيجيةٍ إعلاميةٍ للإسلاميين تدور هذه الإستراتيجية حول أربعة محاور، هي:

أولاً: المرسل: فاختيار العناصر القادرة على تبليغ الرسالة،البداية الصحيحة والركيزة الأساسية لنجاح هذا العمل؛ فالإنسان هو العنصر الأول في إحداث أي تغيير مقصود، والعناية بإعداد الإعلاميِّين الإسلاميِّين،وتأهيلِهم حتى يكونوا قادرين على تحمُّل هذه المسؤولية الضخمة، عملٌ كبير يتطلب جهوداً عظيمة وطاقاتٍ عديدةً.

ثانياً: مضمون الخطاب: خطاب الحركات الإسلامية يركز على عدة جوانب، في مقدمتها أن يكون تسامحياً مجمِّعاً لا تصادمياً منفِّراً، وأن يكون مزيلاً للشبهات؛ سواء منها التي تتعرض للإسلام باعتباره منهجاً، أو تلك الشبهات التي تساهم في تشويه صورة الإسلاميين.

كما يسعى هذا الخطاب للتركيز على التوعية العامة للناس بكثير من المفاهيم المختلطة،كمفهوم الدولة الإسلامية،ومفهوم الجهاد وبيان دوافعه في الإسلام، وأن يكون خطاباً مطمئناً كشرح موقف الإسلام من النصارى وبيان حرية الاعتقاد في الإسلام وأنه لا إكراه في الدين، وأن أكثر مخاوف الخائفين إنما تنتج من سوء فهم للإسلام أو من سوء عرض لمفاهيم الإسلام.

ويركز هذا الخطاب على القضايا ذات البعد الجماهيري التي تحظى باهتمام شعبي قوي، وأن يكون شاملاً لكافة مناحي الحياة ومجالاتها، قادراً على ترسيخ قيم الشمول، مبرهناً على أن الإسلام جاء لسعادة الفرد في كافة مناحي الحياة وأخيراً لا بد أن يكون عالماً بمتطلبات العصر، ويتبنَّى هموم الأمة، ويُشعِرَ رجلَ الشارع أن من يتحدث يملك حلاً إسلامياً عملياً لا مجرد نظريات.

ثالثاً: المرسل له: شخصيةُ مستقبل الرسالة الإعلامية متنوعة ومتعددة؛ فمنهم عامة الناس الذين يحتاجون خطاباً سهلاً، يسهل عليهم استيعابه وفهمه، يخاطب حاجاتهم ويزيل عن أذهانهم الشبهات، بما يجعلهم ظهيراً قوياً للحركات الإسلامية.

وقد يكون المستقبل هم النخب الفكرية؛ حيث من الضروري أن يتوجه الخطاب الإعلامي الإسلامي، إلى العمل على كسب النخب العَلمانيَّة؛ فإما أن يصيروا في خندق المدافعين عن الحركة الإسلامية ، أو على الأقل يقفون على الحياد ويكفُّون عن صبِّ أذاهم على الحركة الإسلامية .

ويتوجه الخطاب الإعلامي الإسلامي كذلك للعالم الخارجي، وهنا لا بد لهذا الخطاب أن يتبنَّى رؤية إسلامية عالمية مطمئنة موجَّهة إلى ذلك العالم الحذِر والقلِق المترقِّب.

آليات تطبيق الإستراتيجية:

تتضمن آليات تطبيق الإستراتيجية العناصر التالية:

١- إعداد دراسات ميدانية وبحوث متخصصة لأهم احتياجات المجتمع المعني بالبث الإعلامي، وهذا ما يمكّن من إعداد خطط علمية تتوافق مع ظروف الجماهير المتلقية، وتتناسب مع واقعهم الثقافي والاقتصادي والاجتماعي، وتلبِّي احتياجاتهم، وتتناول مشكلاتهم.

٢- إنشاء ودعم معاهدَ ومراكز البحوث الإعلامية، التي تهتمُّ بالإعلام الإسلامي ولعلَّ من الأهمية بمكانٍ أن تسير هذه الجهود العلمية التأصيلية وَفْقَ خطة مدروسة وتصوُّر سليم للأولويَّات، وأن تعتمد على أسلوب فِرَق العمل الجماعي بدلاً من الأعمال والاجتهادات الفرديَّة المحدودة.

٣- التفكير بصورة إبداعية علمية فى نوعية المواد الإعلامية والبرامج الصالحة للعرض، وانتقاء الأفضل منها حسب رسالة الوسيلة الإعلامية، وبما يحقق رؤيتها العامة وأهدافها المستقبلية.

٤- إيجاد استشارية متخصصة لتقديم المشورة للإعلاميين في التعامل مع الشؤون السياسية، وتكوين روابط اجتماعية وجمعيات أهلية يكون هدفها وضع ضوابط لمراقبة الأداء الإعلامي العام لكي لا ينحرف لخدمة أشخاص أو مؤسسات بعينها.

٥- السعي نحو اجتهاد عصري يقوم به علماء يمتلكون زاداً متيناً من العلم الشرعي، ويمتلكون أيضاً زاداً متيناً من العلم الإعلامي في جانبَيه النظري والتطبيقي.

٦- الاستعانة بالخبرات الغربية في نواحي التقنية، وهو أمر لا يعيب التجربة الإسلامية بل يُكثفها ويصقل عناصرها، ويُنضِج أداءها؛ طالما أن هذه الخبرات لا تؤثر على مضمون الرسالة الذي يجب أن يكون صناعة إسلامية صِرْفة.

عوامل نجاح الإستراتيجية:

ولكي تنجح هذه الاستراتيجية لا بد أن تراعي عدة جوانب، منها:

١- انتهاج أسلوب التدرُّج في الإصلاح؛ فكثير من المفاسد والانحرافات التي تحيط بوسائل الإعلام قد استغرق نشرُها وتكريسها زمناً، وإصلاحها أو تخليصُ الإعلام منها يحتاج إلى زمن ممتدٍّ أيضاً.

٢- المصالحة بين المؤسسة الدينية والمبدعين الإعلاميين؛فتخوُّف المؤسسة الدينية من التجديد، قد يدفعها للعمل على تقييد تيارات التجديد في الإعلام.

٣- توفُّر الإرادة الحقيقية والجادة والمقدرة المادية والبشرية والتقنية الضرورية لتنفيذ الإستراتيجية، وذلك يشكل عقبة كبيرة، وقد يفيد في التغلب على تلك العقبة تكوينُ هيئة إدارية تنفيذية، تتولى بلورة وتعزيز القدرات المادية والبشرية والتقنية اللازمة لتنفيذ الإستراتيجية.

٤- الاستعانة بالمؤسسات الخيرية ومشاريعها الوقفية في دعم وسائل الإعلام وتمويلها،والتعرُّف على السبل والأساليب الممكنة واللازمة لتوثيق الصلة ما بين الوقف ووسائل الإعلام، والإفادة منها في دعمها وتمويلها ورعاية مشاريعها.

حلول لتخطي عوائق النجاح:

وهناك عدة عقبات يجدر بالعاملين في الحقل الإعلامي من الإسلاميين مراعاتها؛ لكي تؤتي هذه الإستراتيجية أُكُلها، وهي:

١- تجنُّب السلبية وردود الأفعال:

إن ردود الأفعال قد تجعل إعلام الإسلاميين يتصف بالسلبية، ولا يستطيع القيام بالحركة الأولى، ومن ثَمَّ يصبح فاقداً القدرةَ على الخَلْق والإبداع؛ وبذا يكون غير فعَّال؛ لأنه أصبح يعتمد في تحريك أدواته وخطابه على حَراك الآخرين.

٢- تجاوز الحزبية:

ونقصد بالحزبية تخليق خلافات من الفراغ لا تصبُّ في الصالح العام، والوقوع في فخ إنتاج صراعات جديدة؛ حيث يسعى كلُّ تيار إلى اثبات أنه الخطاب الوحيد المعبِّر عن الإسلام؛ في حين أن مجال العمل الإعلامي الرشيد، لابد أن يتجاوز عتبة التعصب الحزبي.

٣- تجنُّب الخطاب المثير للمخاوف:

حيث يُفترَض في خطاب الإسلاميين التحدث بصيغة تطمئن الجميع، وعليهم أن يقنعوا شعوبهم أولاً ثم العالم الغربي أن الإسلام غير مخيف كما تصور الدوائر الغربية ، بل هو أكبر ضمان لحقوق الإنسان والأقليات.

٤- الابتعاد عن الهيمنة المحلية والشخصية:

ونقصد بهيمنة الطابع المحلي والشخصي: الاهتمام بالأحداث القُطْرية على حساب قضايا الأمة والأحداث العالمية، وهيمنة الطابع الشخصي لمالكيها أو القائمين عليها، فتؤثر على السمة العامة لبرامجها، وعلى مستواها المهني، في حين أن عالمية رسالة الإسلام تقتضي أن تَعرض وسائل الإعلام لعلاج القضايا ذات الطبيعة العالمية التي تؤثر في البشرية كلها.

٥- الافتقار إلى عناصر التميز، والاكتفاء بالتقليد:

ونقصد بذلك الجمود وعدم السعي لإنتاج خطاب إعلامي حديث ومتميز، والاكتفاء بالتكرار والتقليد؛ اعتقاداً بأن التجديد والمعاصرة يأتيان من خلال تحديث الأطُر والأدوات والمظاهر المستخدَمة فقط، وهو ما يعني إعادة إنتاج خطاباتها القديمة بحلّة جديدة وبتقنيات حديثة فقط.

٦- تشتُّت أولويات الخطاب الإعلامي:

ويعني استمرار التجاذب الحاصل بين أولوية الديني العقدي والسياسي الاجتماعي، وعدم وجود محاولة جادة لفضِّ هذا التجاذب، والخروج بصيغ متوازنة لإزالة هذا التزاحم، وقد يعود السبب في ذلك إلى إهمال الشأن الفكري والسياسي الاجتماعي داخل أغلب الجماعات الإسلامية.

٧- غلبة الطابع المثالي:

فتعاظم الفرق بين الواقع المقدَّم في خطاب بعض الحركات الإسلامية، والواقع الذي يعيشه المشاهد، وهو ما ينشأ عنه - في الغالب - اعتقاد المتلقين بصعوبة التعامل مع الواقع، وهو ما يعني غياب عشرات الساعات من البث دون فائدة عملية.(١)

إستراتيجية الإسلاميين لملف الإعلام فى المرحلة القادمة:

إنَّ صياغة إستراتيجية إعلامية للإسلاميين يعتبر ضرورةً ملحة في مرحلة ما بعد الثورة؛ حيث الحاجة ملحة لخطاب إسلامي جديد، يقدم من خلاله فكر ومنهج هذه الحركات ، ومن هنا كانت محاولة صياغة إستراتيجية شاملة لإدارة الإسلاميين لملف الإعلام في المرحلة القادمة، تنطلق من عدة ركائز:

١- أن المعركة الحقيقية والفاصلة اليوم هي معركة الإعلام، الذي أصبح يوظف لأغراض سياسية وأيدولوجية، وتشكيل وعي الجمهور.

١- عن مقال لعصام زيدان: (البيان عدد ٢٧٩) بدون تصرف

٢- الحاجة الملحة للإسلاميين لملاحقة التطورات الإعلامية السريعة، خاصة مع التفوق الكبير للإعلام الغربي على الإعلام المحلي الذي يقف معادياً.

٣- ضرورة تكامل الجانب النظري والعملي التطبيقي، فالإستراتيجية نبتغيها واضحة المعالم، تقوم على الشمول والتكامل والواقعية.

٤- أن تدعم الأصالة والذاتية النابعة من قِيَم الإسلام ومبادئه، وتوفر الجوَّ الملائم لصنع البدائل التي تقف في مواجهة ما يقدِّمه الغرب.

وتسعى هذه الإستراتيجية؛ لكي يحقق إعلام الإسلاميين عدة أهداف؛ منها:

١- القيام بعملية تغيير حقيقي، وتغيير الأفكار والسلوكيات والأخلاق على المستوى العام والخاص.

٢- المساهمة في صناعة الرأي العام، والانتقال بالجمهور إلى وعي أكبر وحضور مؤثر.

٣- نقل صورتهم لكل طبقات المجتمع حسب تفاوت ثقافتهم واللغة الواجبة بحقِّهم، فيحجم تمامًا افتراءات الإعلام المعادي.

وتتركّز الإستراتيجية حول أربعة ميادين رئيسة؛ هي:

أولاً: المرسل:الإنسان هو العنصر الأول في إحداث أي تغيير مقصود، والعناية بإعداد الإعلاميين الإسلاميين، وتأهيلهم حتى يكونوا قادرين على تحمُّل هذه المسؤولية الضخمة، عمل كبير يتطلّب جهودًا عظيمةً وطاقات عديدة واختيار العناصر القادرة على تبليغ الرسالة هو في الحقيقة البداية الصحيحة والركيزة الأساس لنجاح هذا العمل ولا بد من عدة اعتبارات في هذا المجال:

١- أن يكون إعداد الكوادر بصفة مستمرة.

٢- أن تتوافر فيهم الموهبة، والاستعداد النفسي، والقدرة على فَهم احتياجات المرحلة، والجرأة على خوض غمار التطوير المستمر للمواد المطروحة، وطُرق بثها والتوقيت الملائم لذلك.

٣- اعتماد مسألة التخصص، ويعني أن تكون الكوادر الإعلامية من أصحاب الاختصاص في الإعلام وعلوم الاجتماع والعلوم السياسية.

٤- الإعداد الإعلامي الإسلامي وتأهيله لابد أن يكون وَفق المنهج العلمي والعملي، ويشمل:

• الإعداد الأصولي والفكري؛ حيث يتعرَّف على الأصول العَقَدية والفكرية والتشريعية للإسلام، من خلال مجموعة مختارة من المقررات الشرعية والفكرية.

• الإعداد اللغوي بدراسة مقررات في اللغة العربية، وأن يسعى إلى التمكن في فنون الكلام، والبيان، والأسلوب، والتعبير، والتذوق الأدبي.

• الإعداد التخصصي والمهني، وهذا الإعداد لا بدَّ أن يتكامل فيه الجانبُ النظري والجانب العملي التطبيقي؛ حتى لا تصبح دراسة الإعلام دراسةً نظرية بحتة، ولا بدَّ من اكتساب الطالب للمهارات العملية والمهنية المطلوبة منه في واقع الممارسة الميدانية.

• الإعداد الثقافي العام، وهذا يتطلب الإلمام بالواقع الذي يعيش فيه؛ من حيث قضاياه ومشكلاته، وأحداثه، وتياراته، كما يتطلب الإلمام ببعض المعارف والعلوم المُعِيْنَة له على فَهم هذا الواقع وتحليله، وهي علوم وثيقة الصلة بالإعلام؛ كعلم النفس والاجتماع، والعلوم السياسية والاقتصادية، واللغة الأجنبية.

خطط واستراتيجيات لمواكبة التكنولوجيا المتطورة:

إن اقتناع المسلمين بأهمية دينهم وحاجة العالم إليه يعد أساساً سليماً ونقطة انطلاق إلى إيجاد نظام قوى للإعلام الإسلامي، فالإعلام الإسلامي يحمل خصائص الدعوة العالمية وقد ختم اللهّ الأديان بالاسلام وجعله صالحاً لكل تطور في الحياة البشرية على اختلاف بيئاتها ومستوياتها لذا أصبح علينا اليوم وضع خطط واستراتيجيات إعلامية مدروسة لمواكبة التقنية المتقدمة للاتصالات.

١ - التخطيط الإعلامي:

كسمة مميزة لإدارة التطوير في أجهزة الإعلام تحريك وسائل الإعلام بشكل عام والمسموعة والمرئية على وجه الخصوص فالتخطيط الإعلامي يعنى التوظيف الأمثل للإمكانيات البشرية والمادية الموجودة أو التي يمكن وجودها في الإذاعة المسموعة والمرئية أثناء فترة الخطة لتحقيق أهداف تواكب التطورات المذهلة في أجهزة الإعلام.

٢ - وضع السياسات الإذاعية والمرئية العامة:

إن وضع سياسات لتحديد الأهداف التي تعتزم تحقيقها في فترة زمنية في إطار وظائف الاذاعة المسموعة والمرئية من أخبار وتثقيف وتنمية وخدمة عامة وترفيه وإعلان تشمل السياسات العامة للتخطيط الإذاعي والمرئية على:

أ ـ غايات إعلامية عريضة:

وتهدف إلى خدمة الغايات السياسية والاقتصادية والاجتماعية الرئيسية والتي تتطلع الدولة إلى تحقيقها نيابة عن الشعب.

ب ـ غايات إعلامية محددة:

خدمة الغايات الاجتماعية الثقافية والاقتصادية والسياسية التي يتطلع المجتمع إلى تحقيقها كنشر وتدعيم الثقافات والحد من البطالة وتأمين المسنين والقضاء على مشاكل تلوث البيئة وغيرها من المشاكل التي يرغب المجتمع في القضاء عليها أو الحد من خطورتها.

ومن الحاجات الاجتماعية القائمة والمستقبلية للغايات المحددة للسياسات الإذاعية في الدول النامية العناية الكمية والكيفية ببرامج الأطفال والشباب والتركيز عليها حيث أن مجتمعاتها شابة يكون فيها الأطفال والشباب أقل من عشرين سنة حوالي نصف سكانها.

ج ـ غايات إعلامية منتقاة:

للاذاعة المسموعة والمرئية ضمن سياستها غايات منتقاة متعددة كبرامج محو الأمية وهي بين أساسات التثقيف والدور الذي يمكن أن تقوم به الاذاعة في هذا المضمار لايتعدى أن يكون دورا مساعدا، ويدخل في إطار الغايات المنتقاة تعليم اللغات الأجنبية خارج المناهج المدرسية وعند تحديد الغايات سواء عريضة أو محددة أو منتقاة لابد من الأخذ بمبدأ الاولويات والعمل به،الأمر الذي يقتضي ترتيب الاهداف طبقاً لأهميتها ووعائداتها وإمكانية تنفيذها فى ضوء الامكانات البشرية والمالية والتقنية حيث تدخل هذه العملية في صميم دور الاستراتيجيات الاعلامية .

٣ ـ وضع الاستراتيجيات الاعلامية

وتشمل المرحلة الثانية من التخطيط وضع الاستراتيجيات بهدف ترجمة السياسات التي تم الاتفاق عليها إلى انجازات عملية وفقاً لأهميتها والنتائج التي يمكن أن تعتمد منها الأمر الذي يتطلب ترتيب بنود وأجزاء هذه السياسات وتنظيمها وإمكانية تنفيذها للتعرف على جدواها في مجال تغطية احتياجات المستقبلين والمشاهدين وتلبية رغباتهم في حدود الامكانات المتاحة، والاختيار بين البدائل الموجودة، ووضع بدائل محتملة للأحوال الطارئة، والتنسيق بين كل هذه الاجراءات،

ويتطلب وضع الاستراتيجية دراسة المجتمع للتعرف على مقوماته وحصر احتياجات ورغبات الجمهور حتى يتسنى للقائمين التخطيط لبرامج قادرة على نشر معتقدات وممارسات، وتلبية الرغبات والاحتياجات، ببحوث ودراسات ميدانية، واستخدام أسلوب المسح في تجميع المعلومات عن الاحتياجات والرغبات في المجتمعات المستهدفة، وغالبا ما تعنى مثل هذه الدراسات بتحديد المجموعات الأكثر تأثيراً في حل مشكلات المجتمع، فقادة الرأي يستوعبون أبعاد المشاكل وطرق حلها أكثر من غيرهم كما أنهم يستجيبون قبل الآخرين لتبني الأفكار الجديدة فضلاً عن أنهم الأكثر تأثيراً في السلبيين والمعارضين للأفكار الجديدة.

فيجب أن تتضمن الاستراتيجية والخطط مشروعات تلبي احتياجات المستقبلين سواء كانت احتياجات عاجلة يجب أن تتوفر فور المواجهة لواقع ملح،أو احتياجات متوسطة المدى أو احتياجات بعيدة المدى، ويسبق عملية وضع استراتيجية فعالة القيام بدراسة نظام الاعلام القائم والتعرف على نقاط ضعفه، وأوجه الخلل فيه، ومدى تلبية واشباع احتياجات ورغبات المجتمع، وكفاءة العاملين في هذه الحقل، أو بالنسبة لمتطلبات البيئة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية في مجال البث الاعلامي وتقتضي عملية وضع استراتيجية لبرامج الاذاعة تحديد طبيعة الاعلام الاذاعي المنشود، فهل هو إعلام موجه أو غير موجه؟ وهل هو إعلام وطني أو قومي أو دولي أو محلي.

كما تستلزم عملية وضع استراتيجية للاعلام مراعاة الكم الاعلامي من حيث عدد ساعات البث أو فئات المشاهدين أو المستقبلين والأماكن والمواقع التي يصل إليها، كما يراعى الكيف النوعي من حيث مضمون ومحتوى المواد، وجودة الأداء المهني، وحداثة الآلات والأجهزة المستخدمة، والتوازن بين وظائف الاعلام من حيث الأخبار والتثقيف والتعليم والترفيه والتنمية.... الخ.

كما يؤخذ في الاعتبار الغايات السياسية للاعلام من حيث كونها غايات داخلية أو إقليمية أو دولية وهل هي غايات تستهدف التغيير السياسي ونوعية المواطنين للمشاركة في العملية السياسية أم تثبيت الأوضاع السياسية القائمة.

كما يرعى الغايات الاقتصادية من حيث كونها داخلية وطنية أو اقليمية أو غايات تهدف إلى التنمية الاقتصادية والتغيير الاقتصادي، أو تهدف إلى الحفاظ على الأوضاع الاقتصادية القائمة، أو هي غايات تهدف إلى تشجيع الدوافع الفردية واشراك المواطنين في عملية الانتاج ووضع الخطط اللازمة، أو تستهدف تنفيذ القرارات الاقتصادية التي وضعتها الدولة دون مشاركة المواطنين فيها.

أما الغايات الاجتماعية فإما أن تستهدف التغيير ومساعدة ذوي الدخل المحدود أو تستهدف الحفاظ على الأوضاع الاجتماعية القائمة أو إشراك المجتمع في وضع القرارات الخاصة بالأوضاع الاجتماعية،وقد تستهدف تفسير القرارات الاجتماعية التي لايشارك في وضعها المجتمع.

٤ - الخطة

تعتبر الخطة أداة لترجمة السياسات والاستراتيجيات التي سوف يتم التوصل إليها إلى واقع مرئي ومسموع من خلال برامج الاذاعة والتليفزيون مجدولة زمنياً طبقاً لاحتياجات كل مرحلة.

فوضع وتصميم الخطة يعتبر المرحلة الثالثة والأخيرة في عملية التخطيط فالإعلام اليوم اتسع مفهومه في العصر الحديث فلم يعد يقتصر على الإخبار السريع، بل أصبح علماً قائماً بذاته له أهدافه ومنهجه وخططه ونظمه.

التأثيرات المحتملة

يمكن إيجاز الامكانيات التي تتيحها وسائل الاتصال الحديثة التي أصبحت متاحة بفضل التكنولوجيا فيما يلي:

١ - التواصل الآني بين أجزاء العالم المختلفة:

فقد ألغت تكنولوجيا أقمار الاتصال عنصري الزمان والمكان، فلم يعد بعد المكان حائلاً دون التواصل بين مجتمعات، فالحدث الذي يقع في الصين مثلاً ، يتردد صداه في أي مكان آخر من العالم.

وما ينطبق على الأحداث يمكن أن ينطبق على المعلومات والمعارف، فقد أصبح العالم كله شريكاً في كل مايمكن أن يجِدّ في أي مكان في العالم في شتى مجالات المعرفة، وأصبح من الممكن التلاقي بين الأفراد والمجتمعات عبر الهاتف أو الفاكس أو القنوات الفضائية ليدور الحديث أو النقاش في أي موضوع يخطر على البال، ويتم تبادل الآراء والمعلومات.

فعندما نتحدث هنا عن انتقال الحدث من أي مكان في العالم إلى أي مكان آخر لا يقتصر الأمر على الأخبار أو الحروب أو الكوارث الطبيعية، بل إن الأمر يتعدى ذلك بكثير وهناك العديد من المناسبات والندوات والمهرجانات واللقاءات الثقافية والرياضية أصبح الناس يتواصلون حولها بلا اعتبار لعنصر المكان.

وكما ألغت التكنولوجيا الحديثة عنصر المكان، فلقد ألغت عنصر الزمان فالأحداث بمختلف أشكالها تنتقل ساعة وقوعها، أو بعد ذلك بقليل من مكان وقوعها إلى أي مكان آخر يمكن الوصول إليه ويهتم بمتابعة هذه الأحداث.

وهذا التواصل الجماهيري الآتي يتم أوضح ما يكون من خلال القنوات التلفزيونية عبر الأقمار الصناعية، وهو مالا تستطيعه الصحف ووكالات الأنباء غير المصورة، التي رغم اعتمادها في تلقي أخبارها وموادها على الاتصالات الفضائية، إلا أن مقتضيات الطباعة والتوزيع تحتم مرور بعض الوقت بين تلقي المواد ونشرها مطبوعة.

لكن الصحف استفادت بشكل آخر من تكنولوجيا الاتصال الحديثة، فأصبح في الامكان ظهور الصحيفة في أكثر من مدينة في نفس الوقت، بصرف النظر عن بعد المسافات بين هذه المدن، إذ تتولى الأقمار الصناعية نقل صورة الصفحات بين مراكز الطباعة المختلفة، فتدور آلات الطباعة رغم تعدد أماكنها في وقت واحد، فجريدة الشرق الاوسط مثلاً تطبع في نفس الوقت في كل من لندن وجدة والدار البيضاء وتظهر في كل هذه المناطق في وقت واحد، وكذلك الحال بالنسبة لجريدة الاهرام الدولية التي تطبع في وقت واحد في كل من القاهرة ولندن ونيويورك وصحف عربية ودولية أخرى كثيرة، بفضل التقدم الهائل في التكنولوجيا المتطورة.

٢ ـ تعدد وسائل الاتصال الحديثة

فقد تعددت أقمار الاتصال وزادت إمكانياتها وقدرتها على حمل المزيد من القنوات التي يمكن تخصيصها للتلفزيون أو الاذاعة أو لنقل البيانات والمعلومات، وبدأ استخدام النظام الرقمي والاشارة المضغوطة التي ضاعفت من عدد قنوات الاتصال الفضائية عدة مرات، على القمر الواحد دون زيادة في التكلفة فالقناة القمرية الواحدة التي استأجرتها مصر على سبيل المثال على القمر الأوروبي، أصبحت تحمل قناتين تليفزيونيتين القناة الفضائية المصرية، وقناة النيل الدولية، بالاضافة إلى ثلاثة برامج اذاعية ومن المتوقع في المستقبل القريب أن تزيد هذه الامكانيات فتصل إلى ثمانية أضعاف الامكانات القائمة في الوقت الحاضر بسبب التقدم التكنولوجي.

٣ ـ تطور شبكات توزيع المادة الإعلامية والثقافية

ولابد أن نلاحظ هنا أن وسائل الاتصال الجماهيري تقوم على ركيزتين أساسيتين، الأولى إنتاج المواد الإعلامية والثقافية والترفيهية التي تريد توصيلها لجمهور عام أو محدد، والركيزة الثانية هي عملية التوصيل ذاتها، وتسمى بعمليات التوزيع أو البث، وكل منهما مكملة للأخرى.

وقد أتاحت تكنولوجيا الاتصال الحديثة إمكانيات هائلة في تطوير وسائل التوزيع والبث واستحداث وسائل وبدائل جديدة جعلت في الإمكان وصول الرسالة الإعلامية إلى أي مكان وتحت أي ظروف وفي أسرع وقت ممكن.

فإلى جانب أقمار البث المباشر التي تستطيع أن تبث قنوات تلفزيونية إلى المستقبلين في المنازل مباشرة دون المرور على محطات أرضية للاستقبال، ودون الاعتماد على قنوات التليفزيون الوطنية القائمة، توجد أقمار التوزيع التي توصل الإشارة إلى محطات أرضية صغيرة تتولى توزيعها في الأماكن المحيطة عن طريق الميكروويف أو أنواع الترددات المختلفة.

وهناك شبكات التوزيع الأرضية أو شبكات الكابلات التي توزع الإشارة على المشتركين في الخدمة التليفزيونية، وتستخدم هذه الشبكات تكنولوجيا الألياف الضوئية القادرة على حمل أكثر من مائة قناة تليفزيونية بكفاءة عالية ،أو تستخدم الترددات الكهرومغناطيسية وأمكن تطوير محطات البث التليفزيوني والإذاعي بحيث تضاعف قدراتها ووصلت إلى أماكن لم تكن لتصل إليها من قبل.

٥ - استحداث وسائل للتعليم الذاتي والتعليم عن بعد

أي قدرة الإنسان على تعليم نفسه بنفسه خارج إطار التعليم النظامي، أصبح ضرورة من ضرورات عصر المعلومات، فقد أصبح من الواضح، مع التطور الهائل والمستمر في مجالات العلوم المختلفة أن الإنسان المتعلم والمتخصص في فرع معين من فروع المعرفة، سيتخلف في مجال تخصصه إذا لم يواكب كل جديد فيه، ويحرص أولا بأول على تحديث معلوماته وفي هذا الإطار فوسائل الاتصال الجماهيري لا تستطيع أن تسهم الإسهام المناسب في تحديث المعلومات في المجالات المختلفة، لكن وسائل الاتصال لم تعد كلها موجهة إلى المشاهد العام، إذ أن النزعة إلى التخصص في مجالات معينة هو الاتجاه السائد الآن.

وإذا كان هذا يبدو واضحا في الصحف والمجلات والدوريات المطبوعة، إلا أنه أصبح أيضاً الاتجاه الذي تأخذ به كثير من قنوات الإذاعة والتليفزيون الأرضية أو الفضائية سواء بتخصيص القناة بكاملها لفئة متخصصة بعينها أو تخصص ساعات منها.

٦ - زيادة تعرّف الجمهور بفئاته المختلفة للإنتاج الأجنبي

وعلى الأخص من مراكز الإنتاج المتقدمة وشبه الاحتكارية في أمريكا وأوروبا وقد أثارت هذه القضية اهتماماً واسعاً في أوساط المثقفين على الأخص بعد انتشار ظاهرة الاستقبال المباشر للبث الوافد عن بعض القنوات الفضائية الأجنبية، دون المرور على أية جهة رقابية.

٧ - هبوط مستوى الإنتاج الإعلامي - الثقافي

بالنظر إلى زيادة الطلب على مراكز الإنتاج بما لا يسمح لها بتقديم الكم المطلوب من إنتاج جديد جيد، وبالإضافة إلى محاولة هذه المراكز إرضاء مختلف المستويات لأسباب اقتصادية، مما يؤدى إلى الهبوط بالمستوى الفني إلى الحد الأدنى، وهذه النتيجة تأتي بعكس ما كان متصورا من أن المنافسة تؤدي إلى الإجادة.

٨ - سيطرة الاعتبارات الاقتصادية على مقتضيات الخدمة العامة

وينطبق هذا على الإنتاج الذي تقدمه الشركات الخاصة، فالكل يريد الحصول على عائد اقتصادي بالنظر إلى التكلفة الباهضة للتكنولوجيا الحديثة.

٩ - الانحلال التدريجي للشركات والمؤسسات المنتجة للبرامج المحلية في الدول العربية وذلك لقلة وتراجع عائدات الشركات والمؤسسات بسبب تدني أسعار التسويق والبيع محلياً.

كيفية مواجهة البث المباشر للأقمار الصناعية

والعبرة هنا في الموقف الإيجابي الذي يحرص على توظيف الإمكانيات المتاحة بدلاً من الموقف الدفاعي أو السلبي، وفي هذا الإطار نعرض كيفية مواجهة البث المباشر للأقمار الصناعية:

تتعرض المجتمعات العربية والإسلامية في الآونة الأخيرة إلى حجم ضخم من البث المباشر الذي تقوم به الأقمار الصناعية التي يتجاوز عددها ٤٠ قمراً تعمل في إطار شبكات غربية فرنسية، ألمانية، بريطانية، سويدية خاصة إذا ما علمنا أن استقبال هذا البث لا يكلف الكثير بل وأن هذه التكلفة سوف تنخفض في المستقبل بوجود عنصر المنافسة بين الشركات المنتجة لأجهزة الاستقبال.

ومن المؤكد أن استقبال البرامج والمواد التي تبث من هذه المحطات سيلعب دوراً خطيراً في التأثير على العادات والتقاليد والثقافة العربية والإسلامية بل يمكن أن تمحوها في بعض شرائح المجتمع، ولمواجهة هذه الكارثة الإعلامية كان من الضروري الاطلاع على كل ما نشر حول البث المباشر بهدف التعرف على المقترحات والآراء المطروحة لمواجهة الآثار السلبية للبث المباشر، والتي أمكن حصرها في الآتي:

١ ـ منع استخدام أجهزة الاستقبال

طالبت نسبة كبيرة بمنع استخدام الأطباق وإغلاق المحلات التي تقوم ببيعها وتركيبها، ومعاقبة مستخدمي الأطباق بالغرامة أو السجن مثل ما حدث في السعودية وقطر لكن ذلك لن يكون مجدياً للأسباب التالية:

أ ـ إن الدول المصنعة لأجهزة استقبال بث الأقمار الصناعية تجرب حالياً أنظمة جديدة جدا صممت أخيراً لاستقبال بث الأقمار الصناعية، منها نظام (MACSYSTEM) وغيرها من الأنظمة التي تطورها الشركات الكبرى في الولايات المتحدة واليابان وأوروبا الغربية.

وتشتمل عملية التطوير على تصغير الهوائي المستخدم للاستقبال بحيث يكون مشابها للهوائي الخاص بالاستقبال التليفزيون العادي، وكذلك تصغير حجم مغذي الموجات، وجعله أكثر حساسية للموجات عالية التردد جدا GHZ لوضعه على هوائيات صغيرة الحجم.

ب ـ تعدد وسائل التهريب تقلل من فاعلية هذا الإجراء.

٢ ـ تطوير البرامج:

يتم تطوير البث الوطني ببرامج ومواد متميزة لجذب المشاهدين إليها، دون أن تنحرف إلى منافسة المحطات الأجنبية ببرامج تشبه إلى حد كبير ما تبثه المحطات الفضائية، وبالتالي تصبح مهمتها مكملة لمهام القنوات الفضائية الأجنبية.

٣ ـ البث المضاد:

أن تقوم الدول العربية والإسلامية بـإنشاء قنوات خاصة يمولها رجال الأعمال العرب والمسلمون، بما يتيح التعدد الذي ينشده المواطن، كما أن هذه القنوات الفضائية العربية والإسلامية سوف يصل بث برامجها المتعددة إلى جميع دول العالم، الأمر الذي يتيح للمشاهدين في تلك الدول التعرف على الدين الإسلامي كما أن هذه البرامج تتضمن أيضا العديد من القيم الاجتماعية والإنسانية والثقافية والعلمية والاقتصادية... الخ، من القيم التي تستطيع أن تربّى الانسان المسلم والجيل المسلم، ولا نشكّ في تأثير هذا التوجيه الاعلامي، والدليل على ذلك أن الصحف الفرنسية قد شهدت هذه الأيام شن حملة إعلامية على القنوات التليفزيونية العربية والإسلامية التي يصل بثها إلى فرنسا والبالغ عددها ١٩ قناة فضائية عربية وإسلامية يستقبلها المهاجرون العرب والمسلمون في فرنسا منها ٦ قنوات عربية و١٢ قناة تركية وقناة باكستانية.

واعتبرت الشرطة الفرنسية أن مضامين برامج هذه القنوات لايعد أحياناً مقبولاً لأنه يروج للأصولية وللأفكار المعادية للغرب على حدّ تعبير الشرطة الفرنسية لذا فإن نقابة الشرطة قد تقدمت بتقرير صاحبه حملة إعلامية شرسة على هذه القنوات أدت بدورها إلى وجود جو مشحون بالتشدد الأمنى، على المهاجرين المسلمين.

وحدوث ذلك في دول مثل فرنسا قامت ثورتها قبل نحو مائتي سنة على احترام الحريات الفردية ومبادئ الوطنية وحقوق الإنسان يعد أمراً غير طبيعي، لأنه يعتبر مخالفا للدستور الفرنسي.

وعلى أية حال فإن حدوث مثل هذه الظاهرة في فرنسا يعني أمراً إيجابياً خاصة مع ازدياد القنوات الفضائية العربية والإسلامية، كما نعتقد أنه سوف يساهم في وضع نظام عالمي جديد لبث الأقمار الصناعية يمكن أن يكون للدول العربية والإسلامية دور أساسي في إقراره أو أن هذه الدول سوف تعمل جاهدة على اكتشاف أجهزة يمكن أن تعوق بث البرامج العربية والإسلامية، في هذه الحالة سوف تقوم الدول العربية باستخدامه في الحد من تأثير البث المباشر للأقمار التي لا ترغب الدول العربية والإسلامية في استقبالها.

العلاج الممكن حالياً

١ ـ تأصيل الانتماء للدين الإسلامي وضرورة حدوث تكامل بين البيت والمدرسة والمسجد والشارع ووسائل الإعلام من أجل تربية سليمة وجيدة للشباب، وبما يؤكد إزالة الفجوة بين قنوات التربية المتعددة، وبحيث لايجد الشباب أي خلل أو تناقض بين ما يتعلمه من هذه القنوات.

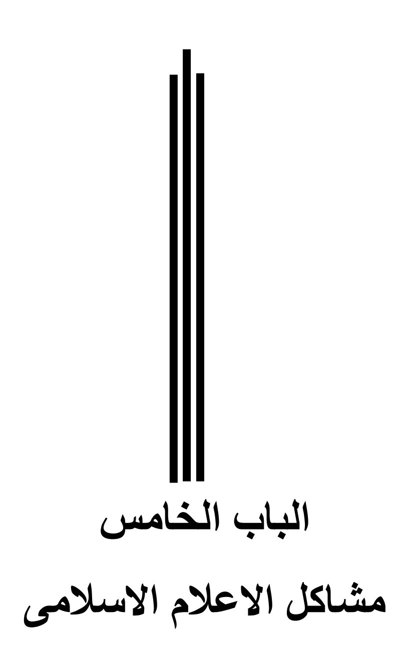
٢ - ضرورة وضع رؤية إسلامية واضحة قائمة على خطط علمية مدروسة لوضع تصور للأداء الأمثل لوسائل الإعلام العربية والإسلامية في مواجهة الإعلام الأجنبي، كما يجب وضع تصور واضح للدور الذي يجب أن تقوم به وسائل الإعلام العربية والإسلامية محلياً ودولياً لترسيخ قيم الإسلام كعقيدة ومنهج ونظام للحياة ولتقديمه للعالم أجمع بهدف تصحيح مفاهيم غير المسلمين عن الإسلام ونقد الحضارة الغربية.

٣ - دعم تبادل البرامج فيما بين الدول العربية والإسلامية وتكامل الخبرات بينها.

٤ - القيام بانتقاء البرامج الأجنبية قبل بثها.

٥ - ضرورة الاستناد إلى القانون الدولي الذي ينص أن على كل دولة تعتزم إنشاء خدمة تليفزيونية دولية مباشرة بالأقمار الصناعية أو التصريح بإنشائها أن تخطر فوراً الدولة أو الدول المستقبلة باعتزامها هذا والدخول في تشاور مع الدول التي تطلب ذلك على أساس اتفاقات، وتخطر بذلك الاتحاد الدولي للاتصالات السلكية واللاسكلية.

٦ - إنشاء شركة خاصة ترتبط بوزارة الإعلام بأية صورة من الصور الهدف من إنشائها هو تنظيم استقبال القنوات الفضائية وإعادة بثها للمواطنين عن طريق اشتراكات رسمية، وهو ما يعرف باسم نظام الكيبل.



الباب الخامس

مشاكل الاعلام الاسلامى

ظهَرت مشاكلُ ومُعوقات تقفُ في طريق الإعلام الإسلامي وتحقيق أهدافه، وسنذكُر بعض هذه المُعوقات؛ حتى لا يطول الموضوع، نرى أنها من المُعوقات الرئيسة التي تقف في طريقه، منها:

ضعف إمكانيات الإعلام الإسلامي:

كما كان لِضَعْف إمكانيَّات العمل الإعلاميِّ المسلم مشاكله البارزة والمؤثِّرة عليه في الواقع، فبِحُكم حداثته قلَّتْ خبْرة العاملين فيه، كما كان للتَّضييق المفروض عليه أثَرُه السَّلبِيُّ في مواكبة العصر الحديث، بالإضافة إلى ضعْفِ التمويل سواء المالي، أو المهني.

إنَّ ثوابت المنهج الإسلامي الذي ينطلق منه الإعلامُ الإسلاميُّ أوَّلُ ما يجب أن يُلْحَظ في العاملين في مَجال الإعلام الإسلامي، فلا يستقيم أن نتحدَّثَ عنْ إعلام إسلاميٍّ، وثوابت وتصوُّراتُ المنهج غيْرُ مكتملة في أصحابه، كما لا يستقيم أن نتحدَّث عن أيِّ إعلام وثوابتُه المهنيَّة غيْرُ حاضرة، ومِن هنا حكم على التجربة الإعلاميَّة الإسلاميَّة بالضَّعف، سواء على الجانب المهني الخادم للمنهج، أو على جانب المنهج ذاته.

تصوُّرات منهجيَّة فاسِدة:

فإذا أضفنا إلى ضَعْف إمكانيات الإعلام الإسلامي، المتمثِّلة في قلَّة الخِبْرة، والتضييق عليه، وعشوائيَّته إذا أضَفْنا إلى كلٍّ هذا فسادَ بعضِ تصوُّرات القائمين عليه، خرَجْنا بنتيجة أكثر سلبيَّة فالإعلاميُّ المنتَسِب إلى العمل الإسلاميِّ، ثُم يَحْمل تصوُّرات تنخر في أصول إسلاميَّة كبيرة، مثل أصل الولاء والبَراء، هذا الإعلام حَرِيٌّ به أن ينسب إلى غَيْر العمل الإسلاميِّ، ومُؤْسِف حقًّا أن نُدْخِل الإعلام الإسلاميَّ دائرةَ التَّصنيف، فنُقَلِّص إمكانيَّاته، ونَزيدَه تشَرْذمًا لكن هذا هو الواقع.

العلمانيَّة والتغريب في العالم الإسلامي:

أفرَزت الساحة العربية والإسلامية المعاصرة عددًا من الذين تعلَّموا في الخارج، وبَهروا بالنمط الغربي في أسلوب العمل والحياة، فبدلاً من أن يَرجعوا إلى بلدهم للرُّقي به والتقدُّم، جاؤوا وقد ارْتدَوا قبعات الغرب، ولَبِسوا لباسَهم، فمنهم مَن يُريد تقْوية العلاقة بين الشاب والفتاة؛ لتكون علاقة مُتحضرة، ومنهم مَن يريد إبطال العمل بأحكام الدين؛ كارتداء الحجاب، وتعدُّد الزوجات، وذلك يطالب بإباحة الخمور والفجور بحجَّة الحرية، وآخر يُدافع عن التعاملات الرِّبوية باعتبارها نظامًا عالميًّا، وكأنهم يريدون نقْل الواقع الغربي إلى الشرق، وقد ظهَرت فرقة تطالب بعصرنة الدين، وهنا نقول لهؤلاء الذين يرون في الدين حجرَ عثرةٍ في سبيل التقدُّم الذي ينشدونه: ماذا لو تَمَّ تديُّن العصر بدلاً من عصرنة الدين؟

إن تديُّن العصر لا يَعني التخلُّف والجمود، كما أنه لا يَعني توظيف القنوات لتدمير الإنسان، بل يتم الاستفادة من التطوُّر الحادث لخِدمة البشرية وَفْق منهجٍ إسلامي مُنضبط؛ فالدين يتناسب مع جميع الأزمان، ولا يَجوز تحجيم الدين وحصْره في حِقبة معيَّنة، بل هو في كلِّ زمنٍ ولكلِّ مكانٍ.

غياب البحث العلمي والتخطيط في النشاط الدعوي الإعلامي:

تحتلُّ البحوث الإعلاميَّة أهميَّة كبيرة في مختلف مناحي الحياة المعاصرة، وأصبَحت هذه البحوث بمثابة المصابيح التي تَهتدي بها الهيئات والمؤسَّسات المختلفة، خصوصاً الإعلامية وسبب نجاح بعض المؤسَّسات الغربيَّة والتطوُّر التكنولوجي، ما هو إلاَّ بسبب اهتمامهم بالبحوث النظريَّة والتطبيقيَّة أمَّا نحن، فقد أهمَلنا هذا الأمر، ولَم نُعرْه أيَّة أهميَّة؛ لذلك ترى التطوُّر في مؤسَّساتنا الإعلاميَّة بطيئًا جدًّا، وأحياناً يكون معدوماً بسبب هذا الأمر، فلو رأينا المؤسَّسات الغربيَّة واستخدامها لمراكز البحوث، لرأينا أنه استخدامٌ عجيبٌ، فهو يدخل في كلِّ أمور حياتهم، حتى مؤسَّسات صُنع القرار، فلكَ أن تتصوَّر أن مركز رائد للبحوث، هو مركز يُعتمد عليه في صُنع القرار لأقوى دولة عسكريَّة في العالم، فمراكز البحوث من الأمور الأساسية التي يجب أن تعتمد عليها المؤسَّسات الإعلامية؛ لكي يَرتقوا بمؤسَّساتهم ٠

ويمكن إجمال المشاكل الخارجية التي تواجه الإعلام الإسلامي، في ما يأتي:

• <u>تراجع الاستقلال الفكريّ وسيطرة الحكومات على بعض المؤسسات الإعلامية.</u>

بعض المؤسسات الإعلامية الإسلامية تستطيع أن تقول إنَّها المؤسسة أو القناة الخفيَّة التي تدعم ذلك النظام الحاكم العربي، وتسوغ بعض أفعاله الخاطئة أو المنحرفة، بسبب مسارعة بعض العاملين فيها إلى إرضاء هوى الحاكم الفلاني أو حماية القناة من أذاه، أو نتيجة شراء بعض الحكومات ذممَ بعض العاملين في تلك المؤسسات لكي تتحدث بروح التسويغ وتبرير تحركات ذلك النظام كما نجد أنَّ هنالك قنوات فضائية إسلامية كان لها دور جيد في كشف بعض الحقائق وإماطة اللثام في تصحيح بعض المفاهيم، وتعرية التصورات الفاسدة، وتكون قلباً وقالباً نبضاً لقلب هذه الأمة المحترق على وضعها العقائدي والسياسي، مما أدَّى ببعض الحكومات إلى إغلاق هذه القنوات الفضائيَّة ومحاربتها باسم مكافحة الإرهاب.

• الهجمة الشرسة الإعلامية الغربية على الإعلام الإسلامي.

الإعلام الإسلامي من مواقع إنترنت أو قنوات فضائية وغيرها، يعاني بشتَّى مؤسساته هجمة شرسة من المؤسسات الإعلامية الغربية والمستغربة لكن هنالك نقطة جوهريَّة، وهي أنَّ الإعلام الإسلامي عليه رقابة شديدة تحاول قدر الإمكان أن تصده وتمنعه وتحجزه عن أي عمل يقوم على التكتل والوحدة، حتى لا يتفاعل مع قضايا الأمة، بل هناك احتكار واضح وتخريب فكري في شتَّى الوسائل الإعلاميَّة الإسلامية للتضييق عليها، وإذا كان الأمر قد وصل إلى أن يقول وزير العدل الفرنسي إنَّ الإنترنت بالوضع الحالي شكل جديد من أشكال الامبريالية، وإذا لم نتحرك فأسلوب حياتنا في خطر وهذا يقوله كافر غربي يمثل إحدى الدول الكبرى المسيطرة على العالم أجمع التي تسمَّى بدول المركز، فما البال إذا كنَّا في ظل دول عربية تعدُّ من الدول المتخلفة وبلدان العالم الثالث، وحسبنا أن نعلم أنَّ نسبة ٧٠ ـ ٨٠% من الأخبار والتقارير العالميَّة المبثوثة في أخبارنا ووسائل إعلامنا مستقاة من وكالات الأنباء الغربية، ومع هذا فإنَّ الكثير من وسائل إعلامنا حتَّى الإسلامية تتلقف هذه الأخبار أحياناً دون تثبت أو تبيُّن، ويمكننا حصر هذه الوسائل الإعلاميَّة وذكرها في معرض التذكير والتنبيه على خطورتها في صياغة الأخبار التي تسيطر على العالم وتحتكر المعلومات بما يتناسب ومصالحها، وهي وكالة الأنباء الفرنسية (AFB)، وكالة الأنباء الانجليزية (رويترز)، وكالة الأنباء الأمريكية اسوشيتدبرس (AP)، وكالة الأنباء الأمريكية يونايتد برس انترناشيونال (UPI).

ومن الواجب علينا أن ندرك أنَّ من يتربَّصون بنا الدوائر وعلى رأسهم بنو صهيون يلحظون تأثير إعلامنا الإسلامي، ولهذا فإنَّهم يسعون جاهدين لمحاربته، وتقطيع أواصر الوشيجة والعلاقة بينه وبين الجمهور المسلم خصوصا فئة الشباب منهم، ولا أدلَّ على ذلك من دراسة أعدتها جامعة تل أبيب ونشرتْ صحيفة لوبون الفرنسية مقتطفات منها، ذاكرة أنَّ هناك نموًا دينيًا وتربويًا للشباب المصري أصبح ظاهرا للعيان خلال الفترة الأخيرة، واعتبرته يشكل خطرًا كبيرًا على ما يسمَّى إسرائيل.

وذكرت أن الشباب في الفترة العمرية ما بين ١٦ إلى ٢٥ عاماً يكونون في مرحلة تكوين عقلي وتتسم عقولهم بالانفتاح ويتأثرون بالعاطفة ومن هنا رأت الدراسة خطورة متابعتهم للفضائيات الدينية التي استطاعت التأثير عليهم بشكل كبير.

والفضائيات لعبت دورًا مؤثرًا في نفوس الشباب بدعوتها إياهم إلى التحلي بمكارم الأخلاق والعبادة والالتزام بمبادئ دينهم وتلاوة القرآن خاصة الآيات التي تتحدث عن اليهود وحياتهم وطبائعهم، وهو ما يعني زيادة العداء لإسرائيل الذي ربما يصل إلى حد العنف، وفق الدراسة ولفتت الدراسة إلى أن هناك عددًا من القنوات الإسلامية استطاعت جذب الشباب إليها وأهمها الناس والمجد والرسالة واقرأ، بالإضافة إلى أسطوانات دينية تباع بأسعار زهيدة ويتبادلها الشباب

وقالت إن الشباب أقبلوا على هذه القنوات، لأن وعاظها تقربوا للشباب بعقولهم وتحدثوا لغتهم فأصبحت لغة الخطاب الديني في تناول القضايا تتسم بكثير من المرونة وأوضحت أن أكثر من ٨٥ من الفتيات المصريات أصبحن يرتدين غطاء الرأس، و٦٠% من الشباب يحملون المصاحف باستمرار وتتسم تصرفاتهم بقدر كبير من العقلانية والتروي بخلاف ما كان عليه الشباب قبل عشر سنوات حيث كان يظهر عليهم التوحش الجنسي والإقدام على الخطايا والانغماس في الذنوب كما أوصت الشباب اليهود الذين يستخدمون شبكة الإنترنت بأن يؤدوا واجبهم لإلهاء الشباب المصريين عن حياتهم الجديدة الدينية، واقترحت قيام الفتيات والشواذ بإرسال صورهم وهم في أوضاع مخلة على الإنترنت وطلب التعارف والصداقة على مصريين شباب عسى أن يكون لهذا نتيجة إيجابية[١]

١- جريدة المصريون الالكترونية.

حقد الليبراليين والعلمانيين على المؤسسات الإعلامية الإسلامية.

يسعى التغريبيون جميعاً إلى تحجيم المؤسسات الإعلامية الإسلامية وتجفيف منابعها المالية، وساعدهم في ذلك ما أطلق عليه اتفاقية البث الفضائي التي يمكن بموجبها محاصرة القنوات الفضائية الداعمة للمقاومة وينتظر أن يتم التوصل إلى ما يمكن به محاصرة المواقع الإلكترونية كذلك وفي موازاة ذلك نجد أخباراً قد ضخِّمت حتى تكون في واجهة الأخبار، أو محل الصدارة في التقارير الإخبارية، للنيل من المؤسسات الإسلامية الإعلامية ورميها بالتطرف والإرهاب والرجعية ووصل الحال لدى بعض الأنظمة العربية الحاكمة على حد التضييق على الصحفيين غير المنافقين وكبت حريتهم، فضلاً عن اعتقالهم وحبسهم ظلماً وعدوانا.

سيطرة رؤوس الأموال مالكة القنوات ومحاولة التدخل في شؤونها.

إن انعدام الاستقلال في الموارد المالية والدخل المادي، يجعل بعض المؤسسات الإسلامية عرضة للمزايدات والتدخلات من أصحاب رؤوس الأموال، والتأثير عليها بإدخال ما لا يرضي الله تعالى، أو إعاقة مسيرتها الإعلامية الهادفة بأي شكل من الأشكال الملتوية، فإذا نشب خلاف أو اختلاف في الرؤى توقف الدعم المالي لهذه المؤسسة الإعلامية فضائية كانت أو مجلة أو جريدة فإمَّا أن تكون هذه المؤسسة سائرة في هوى الداعم المالي لها، وإما أن تتوقف عن الصدور، وكلا الأمرين مر .

ومن المشاكل الداخلية التى تواجه الاعلام الاسلامى:

ضعف المنهج الإسلامي عند بعض العاملين

هناك مؤسسات إعلامية يقوم عليها إسلاميون، جعلوا هدفهم ونصب أعينهم كما يقولون الانطلاق من ثوابت الإسلام وعقيدته، لكنَّ النظرية لا تغني عن التطبيق، والقول لا ينفع دون الفعل، فنشاهد مجازفات ومخالفات واضحة في خط بعض المؤسسات الإعلامية الإسلامية، من ظهور شخصيات لا تمت للمنهج الإسلامي بصلة؛ مع إعطائهم هالة إعلاميَّة لا يستحقونها،والأنكى من ذلك أن يطلق عليهم مفكرون إسلاميون،وهم إلى الليبرالية ومنهجها أقرب منهم إلى الإسلام وشرعته، ويحاولون أن يبثوا سماً وفتناً وشبهات في آذان المستمعين.

كما نجد ظهور النساء سافرات متبرجات كاشفات عن شعورهنَّ وشيء من جسدهنَّ،ويظهرن في مقابلات فضائيَّة عبر القنوات الإسلامية،وبصورهنَّ في بعض الجرائد والمجلات الإسلاميَّة، أو عن نساء متحجبات ولكن حجاب آخر موضة أو تقليعة من الألوان الزاهية المثيرة، والمكياج وأنوع الزينة، وكل هذا داخل في باب الحرمة الشرعية وفي مجال الإعلانات والدعايات من الانحراف عن المنهج الإسلامي وعرض ما لا يجوز، والكذب والمبالغة في تسويق بعض المنتجات عبر هذه المؤسسات الإعلامية ونجد مبالغة شديدة في استخدام المعازف المحرَّمة، وأدوات الطرب، التي لا يجوز استخدامها في غير الإعلام فما بالنا بالإعلام القائم على النشر والتسويق

والقيام باستفتاءات لجمهور من الطلبة والطالبات المتبرجات وجلوسهم مع بعضهم البعض بشكل مختلط، وسؤالهم عن قضايا شرعيَّة لا يحق أصلاً الاستفتاء فيها وأخذ رأي الشباب والفتيات فيها مع قصور علمهم، وضعف التوجه الإسلامي لديهم وكذلك نلحظ ضعف ارتباط بعض المؤسسات الإعلامية بأهل العلم الثقات وعدم تكوين هيئات شرعيَّة تشرف على مثل هذه المؤسسات الإعلامية فضائية أو مجلّة وما نحا نحوها.

ضمور الطاقات الإدارية الفعَّالة في إدارة المؤسسات الإعلامية:

نجد في كثير من الأحيان أنَّ العمل في بعض المؤسسات الإعلاميَّة، تحت إدارة بعض المشايخ الثقات، لكنَّ بضاعتهم في علوم الإدارة والتخطيط للمشاريع ضعيفة، فضلاً عن العمل في كثير من الأحيان بروح الفوضيّ والتكاسل والتواكل،وقلّة الخبرة مع اشتغال الوساطات والمحسوبيات في بعض وظائف الإعلام، ولا تحسن الإدارة في هذه المؤسسات، مع أنَّها تظن أنها تحسن صنعاً، وكم من مريد للخير لم يصبه، بل نجد بعضهم حين يخفق في مشروع الإعلام يدندن بالعبارة المشهورة: علينا العمل دون النظر إلى النتائج، وهي عبارة تحتمل الصواب والخطأ وإنَّ كانت بحاجة لمراجعة فكرية إذ العشوائيَّة في بعض المشاريع الإسلامية تطفو على السطح الفكري، والأصل أن يكون التخطيط سليماً لكي يكون الوصول للهدف سليماً.

في بعض وسائل الإعلام الفضائيَّة نجد مقدِّم البرنامج أقرب إلى روح الخطابة منه إلى روح الإعلام التي تستخدم جميع أدوات التأثير الإعلامي على عقل المشاهد، وأظن أنَّ قلَّة قليلة منهم من تخرجت في مدرسة إعلاميَّة وقامت بالممارسة حتَّى تبلغ الدرجة المرجوَّة من القبول الإعلامي في تقديم البرامج.

• **العنصرية والحزبية المقيتة:**

ما أسوأ العنصرية والحزبية الضيقة التي تكرِّس فكرة من لم يكن معنا فهو ضدنا، فلو وَجَدَت بعض المؤسسات الإعلامية شخصاً يحمل منهجاً إسلامياً نقياً وخبرة إعلامية واعية ، لكنَّه اختلف معهم في بعض التصورات والمفاهيم، فبدلاً من أن يبقوه معهم ويكتسبوا شيئاً من خبراته، أو يكون بينهم وبينه نوع من التفاعل مع تبادل الآراء سواء أثَّر فيهم أو أثَّروا فيه، لكان في ذلك نفع للجميع، وليتهم يأخذون بمبدأ الشورى وعرض ذلك من خلال هيئة معلوم عنها النزاهة والحياد مع الأخذ بالحق والموضوعية، ولو أنَّهم فعلوا لكان في ذلك خير ونفع لكن هذا ما يحدث من بعض المؤسسات الإعلامية الإسلامية الحزبية والمتعصِّبة لحزبها في الوقت نفسه.

سطحيَّة التفكير الاستراتيجي:

الإعلام الإسلامي بحاجة ماسة إلى من يضع الأهداف ويرسم الحلول ويهدف لذكر البدائل المتاحة في حالة وقوع أية معضلة تحل بهذه المؤسسة الإعلامية.

صناعة المنظور الشامل لدى هذه الوسيلة الإعلامية الإسلامية، والتي تطمح للارتقاء والنمو زمنا بعد زمن، أراه غائباً لدى بعض المؤسسات الإعلامية الإسلامية، فكم من قناة ظهرت خلال الخمس سنوات الأخيرة، ثم اختفت فجأة دون ذكر أسماء لهذه القنوات، التي كانت تهدف إلى البقاء والاستمرار، ولكن ضعف البنية الاستراتيجية، واستراتيجية الإدراك للحراك كما يقول الدكتور جاسم سلطان في كتبه؛ كل هذا أدَّى إلى السطحيَّة في التعامل مع هذه الأشياء بروح التوازن والتكامل والتخطيط القويم.

لهذا فما ان تحيق بهذه المؤسسة أو تدور عليها دائرة، فما أسهل أن تراها أعلنت وقفها أو إغلاقها بحجة ضعف الدعم المالي، أو خلافات في المؤسسة، وما شابه ذلك، والمشكلة الأكبر أن نرى تكرار مثل هذه الأحداث فينة بعد أخرى، دون استفادة من تجارب الآخرين، والتجربة فيها موعظة وهذه القرارات المتسرعة هي في الحقيقة معضلة تحتاج لقرار صائب في المعالجة والتقويم.

ومن خلال عدَّة تجارب إعلاميَّة من هذا القبيل، ندرك أنَّ بعض هذه المواقع والمؤسسات الإعلامية كانت نتيجة حديث أخوي، ما لبث أن أطلق سريعاً في عصر السرعة، دون سابق تفكير منهجي وتأمل مسار هذا الموقع، والخطط الجارية عليه حين الإطلاق، لذا فلم يبقَ طويلاً لأنه أطلق سريعاً ، وأغلق بعدها سريعاً ، ومن هنا يقول أحد المفكرين: لدينا أفكار كثيرة لا تجد سبيلها إلى التطبيق، وأعمال كثيرة لم يسبق تفكير.

العرض في الظروف الطارئة:

بعض وسائل الإعلام تتناول الحديث عن المقدسات الإسلامية في وقت الأزمات وهذا حسن، لكن أن نمضي قدماً لصناعة برامج خاصة في هذا الإطار وحول هذه الدائرة المهمة، فهناك تقصير واضح حول هذه الأحداث.

ولنتحدث حول أزمات سياسية تمر بالأمة فإعلامنا الإسلامي كثيراً ما يغفل عن الحديث حول وضع المسلمين في الشيشان ومستقبل القضية القوقازية، وقضية كشمير والاتفاقيات التي تجري حيالها وقلّما تشير إليها الأضواء، فنرى أنَّ وسائل إعلامنا الإسلامية مقصرة في الإشارة لها، فلا تعرض الحديث عن ذلك إلا في وقت الطوارئ، وساعة الأزمات، وهذا أمر معلوم لدى الكثير من رواد الإعلام ومؤسسيه.

ولا ننسى حينما استدعت المملكة العربية السعودية سفيرها في الدنمارك، حيث قالت رئيسة حزب الائتلاف مع الحزب الحاكم الدنماركي: اتركوه فإنَّه سيعود بعد أسبوع هكذا شأن العرب، وبعدها حين نطقت هذه المجرمة بهذه الكلمة،سمعها وعلم بها الكثير من المسلمين، فحفَّزتهم في إشعال جذوة الوقود في الدفاع عن رسول البشرية عليه الصلاة والسلام، وحرَّكتهم في الذب عنه ص أكثر فأكثر.

المهم أن يكون هناك عرض للقضايا الإسلاميةً عموماً، وأن يكون هناك صحفيون أشبه بالباحثين عن الحقائق المختفية، لكي يقدموا برامج ذات انتشار وصيت ومفعمة بروح التجديد والنشاط والمعرفة المستمرة.

ضعف الاختراق الإعلامي لغير المسلمين:

ندرك أنَّ الحديث حول هذا يحتاج لجهود كبيرة لكي تكون هناك وسائل إعلاميَّة إسلامية هادفة تصل لغير المسلمين، تؤثر في مستوى تفكيرهم وطبيعة نظرتهم للعالم الإسلامي، ولا أشك أنَّ الإعلاميين الإسلاميين يدركون مدى ضرورة الخبرة بإعلام الآخرين ووسائلهم الخبيثة للغزو الفكري، والسطو على العقول، واختراق قيم وثقافة الأمة المسلمة.

لقد تحدث الباحث الإعلامي الأمريكي هربرت شيلر في كتابه وسائل الإعلام والامبراطورية الأمريكية كما نقله عنه الدكتور عبد القادر طاش في كتابه الإعلام وقضايا الواقع الإسلامي، ص١٥ حيث قال: إن صنّاع القرار السياسي الغربيين انشغلوا بالبحث عن بدائل تضمن استمرار السيطرة الغربية وعلى وجه التحديد الأمريكية على الأوضاع الثقافية والاقتصادية الدولية، فاستقر رأيهم على التكنولوجيا كبديل، وتتضمن هذه التكنولوجيا شبكات الكمبيوتر، ونظم الأقمار الصناعية، وتقوم هذه الشبكات ببث كميات هائلة من الأخبار والمعلومات عبر دوائر عابرة للحدود القومية، وأكثر من ذلك فإنها سوف تصبح في منأى عن الرقابة المحلية،لذلك فإن هذا التوسع في الاستخدام العالمي للمعلومات بواسطة البث الالكتروني وشبكات بنوك المعلومات سوف تكون له آثاره الخطيرة على الثقافات القومية في الأعوام القادمة.

العالم الغربي لديه اتجاهات واضحة تجاه وسائل الإعلام، لاستغلالها لصالح فكرهم وأغراضهم الاستراتيجية، وكثيراً ما تحدَّث المفكرون الإسلاميون عن ذلك، وعن تلكم الخطط الاستراتيجية التي يسعى لها الغرب في واقع العالم العربي والإسلامي.

كثرة لومنا للغربيين المعتدين على حرمات الإسلام، وتبيان مآربهم لا يكفينا في نصرة العقيدة الإسلامية والمشروع الإسلامي، ولا يعذرنا أمام الله تعالى قال الإمام ابن القيم الجوزية رحمه الله حيث قال: لا تقل كيف حضر إبليس ولكن قل كيف غاب القديس

ضعف التخصص النوعى فى الخطاب الإعلامى الإسلامى:

كثيراً من المؤسسات الإعلامية تخاطب جميع الشرائح بشتَّى أنواعها وهذا حسن بحد ذاته، ولكن أن تقتصر هذه المؤسسات على مخاطبة شتَّى الشرائح والتخصصات، دون تقديم شيء تخصصي فهذا نوع من القصور، فوسائل الإعلام الإسلامية بحاجة لتنمية خططها ومحاولة تجديد الخطاب النوعي،ومن خير ما نجده الآن تلك المواقع التي تتخصص في الإعلام المقاوم، التربية الأسرية، شؤون المرأة وما إلى ذلك، فتنمية العمل الإعلامي بشكل متخصص يفيد العمق في المعالجة، واتضاح الرؤية، وتصحيح أي خلل قد ينحرف عن مسار الهدف الذي تصبو إليه تلك المؤسسات الإعلامية.

والتخصص ينبغي ألاَّ يسبِّب تحيزا كاملاً له وعدم معالجة بعض الأمور الهامة على مستوى الوضع العالمي الإسلامي، فمن الضروري بمكان أن تكون هناك قواسم مشتركة بين أيَّة جهة إعلاميَّة، فيما لو حدث أي أمر طارئ فتتقدم هذه المؤسسات الإعلامية وتنطق بأهميَّة ما جرى.

ندرة اللقاءات الدورية بين المؤسسات ووسائل الإعلام:

يد الله مع الجماعة، والأمر بالتعاون على البر والتقوى جاءت به نصوص الشريعة، وكلما اشتدت الأيادي تماسكاً والصفوف تراصاً ؛ قويت المسيرة، لكنَّ من النادر أن نجد عقد اللقاءات الدورية النافعة بين المؤسسات الإعلامية بكافة أشكالها ، للإفادة والاستفادة، ولا أقل من أن يكون هناك مؤتمر سنوي تجتمع فيه جميع القوى الإعلامية الإسلامية، لتتباحث في شؤون أمتها وما يمكنها أن تقدمه من خدمات لها وبرامج مفيدة ، وعقد ندوات التقويم والمراجعة والنقد الإيجابي الذي يدفعها للاستفادة من كل التجارب الممتازة وتطويرها، وتحاشي التجارب السيئة والبعد عنها.

كثرة الاستهلاك والإنتاج المكرر:

إعلامنا العربي الإسلامي في غالبه يميل للتطرق إلى جوانب الوعظ فحسب، أو الجوانب العلميَّة الشرعيَّة، وكل هذا حسن جميل، لكنَّه يستهلك نفسه، بالشكل الممل والمخل، فلا تجديد ولا إبداع، ولا طريقة جديدة للعرض الذي يغري المرء بالمتابعة وقليلاً ما نجد في إعلامنا جوانب الإبداع والابتكار في الطرق والأساليب التي تعرض الأفكار.

ماذا يواجه الإعلام الإسلامي على الساحة الدولية؟

إن الإعلام الإسلامي يواجه ما يلي:

أولاً: الإعلام الإمبريالي الاستعماري والصهيوني وهو العدو التقليدي للإعلام الإسلامي، وهو الأشد تأثيرًا ونفوذًا بحكم الاستعمار الثقافي.

ثانياً: الإعلام الشيوعي بسبب الخلاف العقيدي الشديد الوضوح .

ثالثاً : الإعلام الوثني أو المختل عقيدياً مثل البوذي والهندوكي وغير ذلك.

رابعًا: إعلام حركات التحريف والتشويه وبثّ الفرقة من داخل المعسكر الإسلامي .

هذا ما يواجهه الإعلام الإسلامي على الساحة الدولية، إلى جانب ظروف التخلف والتقهقر الحضاري.

مشاكل منظمات الإعلام الإسلامي :

قامت عدة منظمات إسلامية تشتغل بالإعلام، فما هي أهم مشاكلها؟ وكيف تواجه التحدي الحضاري المعاصر؟

يمكن حصر أهم مشاكل منظمات الإعلام الإسلامي فيما يلي:

أولاً: عدم التنسيق فيما بينها، وغيبة الخطة الشاملة والخطط التفصيلية في مختلف المجالات وبمختلف الوسائل ويمكن حلّ هذه المشكلة بإنشاء مركز عالمي للإعلام الإسلامي تكون مهمته الربط والتنسيق والتبادل بين منظمات الإعلام الإسلامي المختلفة .

ثانيًا: عدم التمويل، وهذه الظاهرة تمثل كارثة ، فكثيرًا ما توصي المؤتمرات بلزوم أداء الحكومات لأنصبتها في المنظمات دون جدوي .

ثالثاً: ضرورة الاستفادة من المهاجرين المسلمين وإفادتهم في هذا المجال.

رابعًا: ضرورة البعد عن الأغراض السياسية للحكومات وأهوائها، وأن تكون مواقع الإعلام في المستوى الدولي، يتم الاختيار لها بعيدًا عن الخلافات السياسية والمذهبية وبعيدًا عن الأهواء والنعرات القبلية .

خامسًا: ضرورة إعداد كوادر بشرية بصفة مستمرة وهذا بطبيعة الحال من أوليات العمل الإعلامي على النطاق الدولي، ولاشك أن العالم الإسلامي يمتلك من الخبرات والقدرات ما يكفي لذلك ؛ إذا أحسن الاختيار،ووضعت الشروط الموضوعية له ولكن لابد أن يكون إعداد الكوادر بصفة مستمرة ٠

حلول للمشاكل التى تواجه الاعلام الاسلامى

هناك بعض الحلول المقترحة لحل المشاكل التى قد تواجه اتلاعلام الاسلامى ومنها :

١- العمل على زيادة تمويل منظمات الاعلام الاسلامي .

٢- عمل خطط شاملة وتفصيلية لمواجهة الهجمة الاعلامية الغربية على الاعلام الاسلامي.

٣- ضرورة البعد عن الأغراض السياسية للحكومات وأهوائها .

٤- يجب اعداد كوادر بشرية اعلامية بصفة مستمرة قادرة على تخطي العقبات والمشاكل التي تواجه الاعلام الاسلامي.

٥- العمل على زيادة وتقوية الاختراق الاعلامي لغير المسلمين.

٦- العمل على ان يكون الاعلام الاسلامي غير ممل ومتجدد ومبدع .

٧- يجب تنويع المادة الاعلامية.

٨-ضرورة مواكبة المؤسسات الاعلامية الاسلامية التطور التكنولوجي.

٩- العمل على انشاء مركز اعلامي عالمي للاعلام الاسلامي تكون مهمته الربط والتنسيق والتبادل بين منظمات الاعلام الاسلامي المختلفة لمواجهة أي مشاكل.

١٠- البعد عن العنصرية والحزبية في البرامج التي تقدمها.

وبما أنَّ الأصل في الإعلام الإسلامي أن يستقي جميع أموره وتعاليمه من الشرع الإسلامي، ومقاصد الشريعة، مع فقه واقع الحياة وخبرات الناس وتجاربهم بما لا يتناقض و ثوابت الإسلامي عقيدة وقيما؛ فإذا كان ذلك لزم صناعة بديل حيوي وفعَّال وإيجابي يجذب الأبصار لمشاهدته ومتابعته.

ومن الممكن أن نقول من خلال متابعتنا للمسيرة الإعلامية للإعلام الإسلامي أنَّه يتطور يوماً بعد يوم، ويكتسب الخبرات، ولنتحدث على مستوى الفضائيات والإذاعات والصحف، فقبل ثلاث عقود من الزمان، كانت المجلات الإسلاميَّة تعد على الأصابع، وكذا الإذاعات الإسلاميَّة، أمَّا الفضائيات فلم يكن هناك إعلام فضائي إسلامي ملتزم ومحافظ!

ومع هذا كله فمسيرة الإعلام الإسلامي محفوفة بالمخاطر، وأمامها عقبة كؤود، فهو يمشي في طريق مؤلم وشاق مع تعرضه للمخاطر، لكن بجهود الصالحين، وعمل المخلصين من أبناء الأمَّة، وملازمة الرقي والإبداع وصناعة الأفكار الجميلة والرائعة يتحسن الحال، ويصلح الوضع وترتقي المنظومات الإعلاميَّة الإسلامية بتكوينها الفكريَّ.

توظيف التقنية فى خدمة الإعلام الإسلامى

إن التقنية أداة ممتازة وفعالة لتطبيقات الإعلام الإسلامي وهي على صيغتين الأولى : المباشرة حيث تكون الرسالة الإعلامية الإسلامية مباشرة للمستفيدين وهي طريقة معتبرة حيث إن الكثير من التوجيهات والأحكام الإسلامية والوعظ يكون بالخطاب المباشر لكن يمكن استغلال التقنية في المحسنات الفنية التي تساعد على قبول الرسالة والتفاعل معها.
الثانية : غير المباشرة حيث تكون المادة أو الرسالة الإعلامية غير مباشرة أو إيحائية لكنها تؤدي نفس الدور الذي تؤديه المباشرة إن لم تفقها حيث إن الخطاب عادة ما يكون للعقل الباطن وليس العقل الواعي ويتضمن توجيهات في الاعتقاد والسلوك تجعل الإنسان يتجاوب معها بطريقة لاشعورية ، ومن امثلتها :

- الصور الثابتة الإيحائية وسياق استخدام الصورة ضمن موضوع صحفي على سبيل المثال دون توجيه لفظي للقارئ.
- الدراما الاجتماعية والتاريخية حيث تغرس حب الأشخاص أو الأماكن وتبرز قيما معينة للمشاهد تشجعه على التزامها ضمن السياق الدرامي
- برامج المعرفة والتعليم والوثائق التي عادة ما تتضمن إيحاءات ثقافية وفكرية وتعزز مبادئ معينة وتبرز أماكن أو شخصيات معينة من أجل الاتباع والقدوة وعادة ما تتضمن محتوى منوع مناسب لفئات متعددة يتضمن :

- قيم إسلامية
- أخلاق إسلامية
- بناء الشخصية المسلمة
- الربط بالقدوات الإسلامية
- التعريف بالتاريخ الإسلامي

لكن كيف نستفيد من التقنية الحديثة في التواصل الإعلامي مع الجمهور وإيصال رسالة الإعلام الإسلامي ؟!

هناك العديد من الآليات والأساليب التقنية التي يمكن ان تساعد ومنها :

١. منتج واحد ومنصات متعددة

- المادة الصحفية :تنشر في الصحيفة الورق ومن خلال رسائل الجوال وعبر موقع الصحيفة على الإنترنت وأيضاً تحرير صحيفة الكترونية بالكامل.

- المادة المرئية :تصاغ للبث والتوفير من خلال : القناة التلفزيونية (بث أرضي - فضائي) والبث عبر الإنترنت iptv فضلاً عن البث الأرضي الرقمي الهاتف الذكي ، تلفاز السيارة الرقمي أيضاً يوتيوب وموقع القناة تفاعلي تبث عبر القنوات وتكون متاحة للتصفح والتحميل عبر الإنترنت ، ويمكن توفير مقاطع قصيرة منتقاة للتحميل على الجوال أو بث .

- المادة الإذاعية :تصاغ للبث والتوفير من خلال بث إذاعي am\fm ، وبث مباشر على الإنترنت ، كما يمكن توفير مادة صوتية مخزنة في موقع الإذاعة ، وأيضاً بث عبر الأقمار الصناعية أو تحميل عبر الإنترنت ، أو بث من خلال رسائل الجوال .

٢. منتج منافس :البرامج التلفزيونية الجماهيرية التي تجلب عادة أعداداً كبيرة من المشاهدين وذات ميزانيات كبيرة لكنها تنجح في إيصال رسالة الإعلام الإسلامي بقوة من الأمثلة على ذلك برامج الواقع التي تحكي عن شخصيات حقيقية ، أو برامج المسابقات الضخمة أو الدراما التاريخية الكبيرة مثل الأفلام والمسلسلات الاجتماعية القوية .

٣. الإعلام التفاعلي:

التفاعل صفة الإعلام الجديد الذي يجذب فئة ضخمة من الشباب والدراسات تشير إلى إن الأغلبية المطلقة من الشباب من سن ١٨ حتى ٣٠ سنة يكون مصدر التلقي الأساسي إعلامياً من خلال الإعلام التفاعلي حيث الشاب عنصر فعال في العملية الإعلامية.

هذه الآلية خاصة للشباب والجيل الصاعد ويمكن إن يكون التفاعل موجه وليست مفتوح ٠

٤- صياغة جديدة لمنتجات قديمة

زمن الصحف والمجلات الورق في انحدار والبديل اليوم هو الصحف والمجلات الالكترونية ولها أساليب متعددة منها ما هو على صيغة PDF حيث تشبه الورق ومنها ما هو صيغة مطورة من المجلة المعتادة لكنها تشمل أنماطاً متعددة من المحتوى المقروء والمرئي والمسموع ويكون تصفحها شبيه بالورق وتصميمها بنفس الأسلوب ، الاختلاف فقط ان هذه الكترونية والمحتوى فيها أكثر غنى وتنوع ويمكن إنتاج الكتاب الالكتروني باستخدام الورق الالكتروني الذي يمثل ثورة تقنية في إنتاج وتداول الكتاب .

٥-برامج المحاكاة :

يمكن استخدام التكنولوجيا الرقمية في محاكاة الواقع من أجل تحقيق بعض أهداف الإعلام الإسلامي مثل استخدامه في المسارح والمتاحف العملية أو العرض من خلال شاشات العرض الضخمة جداً ٣D أو تلك التي تكون على شكل قبة فوق الرأس وأيضاً هناك النظارات البصرية التي تعرض مشاهد على العين مباشرة (مبهرة) تؤدي إلى الاندماج الكامل مع ما يعرض ، وتساهم في تقريب المفاهيم والوقائع وبرامج المحاكاة التعليمية على الطيران مثلاً يمكن تحويرها لتكون أداة توجيه وتعليم إسلامي متطور جداً .

٦-منتج واحد ولغات متعددة :

الكثير من البرامج التلفزيونية والدراما والوثائقية يمكن دبلجتها أو ترجمتها لتعرض في بلدان متعددة ذات لغات مختلفة حيث ان الصورة هى الأصل وهي جوهر العملية الإعلامية والصوت شارح وموضح .

٧-الجوال الإعلامي :

المنصة الجديدة الجوال إضافة إلى دوره فى الاتصال أصبح منصة إعلامية متكاملة ، وأثبتت إحدى الدراسات الحديثة ان فقط ٢٥% هي نسبة استخدامه في الاتصالات والباقي في الجوانب الإعلامية ويمكن ان يشمل رسائل دعوية تثقيفية للمسلمين ورسائل أخرى لدعوة غير المسلمين نصية أو مصورة.

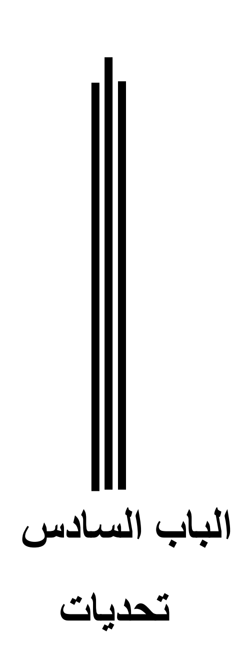
وأيضا يمكن إنتاج مقاطع قصيرة جداً اقل من دقيقة تمثل مواقف اجتماعية توجيهية أو دراما للتوعية وإرسالها لجمهور واسع من الناس كما يمكن بث مادة وعظ قصيرة مسموعة أو مرئية لشخصيات متميزة ، أو تقارير مركزة ذات علاقة بالعالم الإسلامي وأحواله .

٨- الألعاب:

أصبحت ألعاب الكمبيوتر أداة إعلامية تتغلغل في البيوت اما من خلال الجهاز المخصص لها أو من خلال الإنترنت حيث يشترك فيها اعداد كبيرة من المتبارين ويمكن إنتاج ألعاب ذات أبعاد تعليمية ودعوية تساهم في الوصول للناشئة وتوجيههم من خلال الترفيه متضمناً رسائل إيحائية أما من خلال الشخصيات أو القصة أو آليات اللعبة ذاتها مثلاً كيف تصل إلى مكة قد تتضمن ألعاباً معرفية ثقافية كأركان الإسلام أو تاريخية كمعارك إسلامية أو شخصيات إسلامية .

٩-الإنترنت كمنصة إعلامية دعوية شاملة:

الإنترنت يمكن أن يطلق عليه الثورة الإعلامية الكاملة وهي المنصة الشاملة لجميع أنواع الإعلام وتتميز بقوة النفاذ وتنوع المحتوى وآليات الوصول للمستهدفين والإعلام الإسلامي اقتحم هذا المجال لكن مازال يحتاج للكثير مما يمكن أن يقدم من خلال هذه المنصة .



الباب السادس

تحديات

تحديات الوجود

استحوذت تيارات التغريب على وسائل الإعلام ذات الصلة المباشرة بالتغيير والتوجيه وصناعة الرأي العام لسنوات طويلة، وتمكنت من خلالها من بثِّ أفكارها وتصوراتها، وتشويه الآخر الإسلامي في غياب شبه تام للإسلاميين عن هذه الساحة، بسبب الإقصاء المتعمَّد تارة، أو قلة وعي الحركات الإسلامية بخطورة هذه الآلة تارة أخرى.

وقُبَيل اندلاع ثورات الربيع العربي وجد بعض الإسلاميين متنفساً إعلامياً من خلال قنوات فضائية محددة، استُغلّت منابرَ إعلامية تركزت مهمتها في الوعظ والإرشاد الديني بصورة كليَّة، بينما استغلت تيارات أخرى لم تجد لها موطئ قدم في ساحة الفضائيات الشبكة العنكبوتية لكسر الطوق الذي فُرض عليها.

ومع نجاح ثورات الربيع العربي في إزاحة بعض الأنظمة التي وقفت حجر عثرة أمام الوجود الإسلامي في الإعلام بصورة مؤثرة، تحتَّمَ على الإسلاميين أن يفقهوا استخدام هذه الآلة، وأن يحضروا بشكل صحيح على الخريطة الإعلامية.

وهذا الوجود الإسلامي الفاعل على الخريطة الإعلامية تواجهه في البداية عدة تحديات، منها:

الالتزام بالتصوُّر الإسلامي:

فالإعلام خاصة المرئي ارتبط في كثير من الأذهان بالإباحية لإرضاء النزوات والشهوات، أو العزف على وتر السلطة لإشباع حاجة الحكام والرؤساء، بَيْد أن إعلام الإسلاميين لا بد أن يلتزم في مضمونه ووسائله بالتصوُّر الإسلامي للإنسان والكون والحياة المستمد أساساً من القرآن الكريم وصحيح السُّنَّة.

تبنِّي معايير الاحتراف:

ونقصد بها التعامل مع مفردات الإعلام بشكل احترافي ورصين؛ فلا يكفي في الرسالة الإعلامية المؤثرة حشو الساعات الطوال للفضائية أو للوسيلة الإعلامية وبالمواد الإعلامية فقط؛ بل لا بد من خطة إعلامية واعية مبنية على أسس علمية، تعي من تخاطب، وبم تخاطب، ولماذا تخاطب؟

صحيح أن الأنظمة فرضت حظراً على الوجود الإسلامي في الإعلام، وهو ما أفقد كثيراً من الإسلاميين الحسَّ المهني، لكن لن تَعدِم الحركات الإسلامية وسيلة للتغلب على هذه العقبة وتجاوزها.

تحديد الأهداف المحورية:

الإنسان هو الهدف والغاية، وأي استثمار يُغفِل الإنسان ويتجاهل عقله، استثمار لا قيمة له ولا جدوى من ورائه؛ لأن هؤلاء البشر هم المكوِّن الأساسيُّ في بناء الأمم، ومن ثَمَّ فإن هدف المؤسسة الإعلامية الإسلامية بناء إنسان النهضة، وأي هدف آخر يأتي تابعاً، وبما لا يتعارض مع هذا الهدف الأسمى.

وهذا يستلزم من القائمين على الإعلام الإسلامي، تزويد الجماهير المسلمة وغيرها بحقائق الإسلام، والقضاء على المعتقدات الخاطئة والمفاهيـم المغلوطة عن الإسلام والمسلمين، واتخاذ كافة الوسائل التي تنمي مَلَكَة التفكير المبدع لدى الإنسان.

خطاب الناس كافة:

لا بد أن يستقر في وعي المسلمين أن رسالتهم موجَّهة إلى كل الناس، وهذا ما يفرض على الإعلاميين المسلمين تنويع لغة الخطاب بما يناسب الداخل العربي المسلم، والخارج الغربي وغيره، وكذا تنويع الاهتمامات؛ بحيث تجذب لها شرائح متنوعة ومتعددة، كلٌّ يجد بغيته في الإعلام المسلم الرشيد.

مراعاة الأولويات:

فقه الأولويات لا بد أن يكون عنصراً رئيسياً في التوجُّهات والقرارات واختيار البدائل؛ فلا يتم الاشتغال إعلامياً بالفروع عن الأصول، ولا يتم الإصرار على أمرٍ تغلُب مضارُّه على فوائده، حتى لو كان في أصله صحيحاً.

الإعلام الإسلامي والمرحلة الراهنة

إن إعلام الأنا في ظل التحديات المعاصرة ومعطيات الواقع يُعاني ضعفين، فأمَّا الأول فيتمثل في ضعف العرض؛ نتيجة انعدام القُدرة على تصنيع الأدوات التقنية، فضلاً عن المعرفة بثقافة صناعة التأثير والتوجيه من خلال وسائل الإعلام، هذا فضلاً عن التمكُّن في عرض الحقيقة والمضمون.

أمَّا الضَّعف الثاني، فيتمثل في ضعف في الرد، فضلاً عن المواجهة والمقاومة لحملات التشويه لفكر وثقافة الأنا، وذواتها وكياناتها التي تجري في منابر الإعلام الغربي؛ لتظل الأنا في ظل هذين الضعفين عاجزة عن العرض والرد في عصر السَّمَوات المفتوحة والحرب الثقافية الشَّرسة، التي تفوق في أبعاد تأثيرها حرب الترسانة العَسكريَّة؛ لأن الأولى تقضي على العقول والثقافات، والثانية تقضي على الأجساد والأرواح.

أولاً: ضعف في عرض الصورة فضلاً عن الحقيقة والمضمون:

لا شكَّ أن الإعلام المسلم أصبح يعاني عدمَ القُدرة على القيام بما يخدم القضايا الحساسة للأمة الإسلامية؛ لأنه يشكو من مرضٍ عضال استشرى فيه، وهو مرض التفاهة الإعلاميَّة، فلا تكادُ تَجد أي فضائية عربية أو إسلامية تسخِّر إمكانيَّاتِها لخدمة الفكر الإسلامي، بل تجد ما يطرح في غالب الأحيان قضايا لا تَمس تطوير الكيان، والعمل على نقل مبادئه عبر الوسائل المعلومات المختلفة، ولا شك أن هذا المرض العضال سيستشري إذا لم يتم احتواؤُه، والعمل على القيام بما يصلح من شأن الإعلام الإسلامي في تناوله لقضايا الفكر الإسلامي.

إنَّ وحدة الفكر، والعقيدة المشتركة، والسياسة التربوية الموحَّدة، واستمرار التراث، والحفاظ على إرث التاريخ، كلها تتوسَّل الفن الإعلامي،وكلُّها ضرورات أساسية للحفاظ على شخصية المجتمع واستمراره.

لقد أصبح الناس اليوم يشعرون شعورًا متزايدًا بأهمية التواصُل الإعلامي؛من أجل الحفاظ على وَحْدَتِهم الاجتماعية، ومن أجل توسيع هذه الوحدة والاطمئنان على سلامتها، ثم إنَّ الإعلام ما هو إلا وسيلة للتوجيه والإرشاد بقصد تثبيت الشخصية المتكاملة .

يؤكّد عمر عبيد حسنة في كتابه مراجعات في الفكر والدعوة والحركة: أنَّ التوجيه والتطوير في الإعلام له دَوْر كبير في تكوين الثقافات المختلفة، وإيصال المفاهيم عبر وسائل الإعلام المختلفة، وذلك لا يتم في ظل غياب تطوُّر الإعلام المسلم، مع أن قضية الإعلام اليوم، والمدى الذي وصل إليه من التحكُّم والاختراق، والاحتواء باتت من أخطر قضايا الثقافة وأبعدها تأثيرًا في تشكيل الفكر على مستوى الأفراد والجماعات، فقد أصبح الإعلام هو الذي يحضِّر الأمم، وهو الذي ينشئ عندها فُقدان الذات دون أن تدري أنها لا تملك أمرها.

ليس من المغالاة،ان نقرر أنَّنَا نعيشُ اليومَ مرحلة الدولة الإعلاميَّة الواحدة التي ألغت الحدود، وأزالت السُّدود، واختزلت المسافات والأزمان، واخترقت التاريخ، وتكاد تلغي الجغرافيا، حتى بات الإنسانُ يرى العالم، ويسمعه من مقعده، ولم يقتصر ذلك على إلغاء الحدود السياسية، والسدود الأمنية، إنَّما بدأ يتجاوز الحدود الثقافية، ويتدخَّل في الخصائص النفسية، وتشكيل القناعات العقدية، فيعيد بناءها وفق الخطط المرسومة لصاحب الخطاب الأكثر تأثيرًا، والبيان الأكثر سحرًا، والتحكُّم الأكثر تقنية، وبالإمكان القول: إنَّ المعركة الحقيقية والفاصلة اليوم هي معركة الإعلام، بعد أن سكتت أصوات المدافع، وتوارى أصحابها، وبَقِيَ الإعلام هو أخطر الأسلحة ذات الدمار الشامل، بعد أن أصبحَ ثَمَرة تشارك في إنضاجها كل المعارف والعلوم،

وتوظّف لها أرقى الخبرات،وأصبحتْ في كثير من الدول تدعم بميزانية تفوق الميزانية المخصَّصة للدعم الغذائي الذي به قوام الحياة، ولئن كان الإعلام في الماضي يوظَّف للترفيه والتسلية، ويعيش على هوامش المجتمع، فهو اليوم من صميم المجتمع، وأصبح يوظَّف لأداء رسالة، وإيصال فكرة، وتشكيل عقل، وصناعة ذوق عام.

ثم أنَّ مشكلة التخلف الإعلامي، التي تعانيها الأمة المسلمة هي مظهر للمشكلة الأساسية التي تعانيها فى كل النواحى، بل لعل الإعلام هو أحد إفرازاتها، وتبقى المشكلة الأساسية هي مشكلة التخلُّف؛ حيث لا يتصوَّر نمو في جانب، وتخلُّف في الجوانب الأخرى.

ومن هنا كان لا بُدَّ من إدراك الأبعاد المتعدِّدة والخطيرة للعملية الإعلاميَّة، التي تبدأ بالتسلل إلى داخل الأُمَّة فتخترقها، ثم تعمل على التحكُّم فيها واحتوائها، وبذلك تلقي القبض على عقلها وعواطفها واهتماماتها، فتعيد تشكيلها وَفْقًا للخطط المرسومة، وأخطر ما في هذا الاختراق والتحكُّم الإعلامي توهُّم الأمم المخترَقة أنَّها تمتلك إرادتها، وتصنع رأيها، وتتَّخذ قرارها بنفسها،دون أن تشعر أنها تدور في فلك نفسها، وتحرَّك بالريموت عن بُعد.

وقد أكد حسنة أن الحصار الإعلامي اليوم قبل مرحلة أقمار البث المباشر، التي تنوي الدول القوية زراعتها فوق رُؤوسنا، وتسليطها على حواسِّنا حيثما كنَّا يطبق علينا من كل جانب، وأن الاستهلاك الإعلامي في العالم الإسلامي للمواد المصنَّعة في الخارج يزيد عن ٨٠ % من المطروح يوميًّا، ويأتي في معظمه محاكاة لأفكار وإنتاج وإخراج الدول المتحكِّمة إعلاميًّا، وشأننا في ذلك شأن الإنسان الاستهلاكي لأشياء الحضارة، العاجز عن إنتاجها الذي سوف ينتهي شاء أم أبى به إلى لون من الارتهان الإعلامي والثقافي والحضاري؛ لأن الإعلام لم يعد يقتصر على إيصال المعلومة، إنَّما يُسهم في تشكيل الإنسان، وإعداده لقبول المعلومة التي يريد دون أن يدعَ له الفرصة لفحصها واختبارها لقبولها أو ردِّها.

ومن جانب آخر، لا تخرج العمليَّة الإعلاميَّة في عمومها عن غيرها من عمليات التحكُّم المتعدِّدة، التي تُمَارس من عالم الأقوياء على عالم الضُّعفاء؛للحيلولة دون ردم فجوة التخلُّف، وإلغاء التبعية الفكرية والإعلامية والثقافية والسياسية والاقتصادية، فالقدرات والقابليات الإعلامية المبدعة، التي قد تشكِّل الأمل للخروج من دائرة التحكُّم لا تجد لها مكانًا ولا مناخًا في العالم الإسلامي؛

لذلك ترى استمرار استنزاف الطاقات وامتصاص القدرات المبدعة، الأمر الذي يجعل العالم الإسلامي على وجه الخصوص، والعالم الثالث بشكل عام صدًى لأفكار الغرب ومنتجاته الإعلاميَّة، التي تمهِّد لتسويق أفكاره ليستمر الفقر الإعلامي والفقر الفكري، إلى جانب مظاهر الفقر الأخرى، نتيجة لضعف العملية الإعلاميَّة لدى المسلمين، فقد نتج ضعف في الخطاب والحوار الإسلامي؛ وذلك لعدم وجود انطلاقة لدى المسلمين ينطلقون منها لبَثِّ روح التجديد والتطوير في كل مجالات الحياة .

ويحذر محمود حمدي زقزوق وزير الأوقاف المصري من التحدِّيات الكبيرة التي تواجه الإسلام والمسلمين في الوقت الحاضر، مشيرًا إلى أنَّه تم تجنيد ترسانة الإعلام الغربي لتشويه صورة الإسلام والمسلمين في مُختلف أنحاء العالم، وأن الإعلام الإسلامي يتحمَّل مسؤولية ضخمة في هذا المجال؛ حيث عليه أن يوقظ الهمم، ويسد الفراغ، ولا يكتفي بالضرب على أوتار القلوب وإلهاب المشاعر؛ بل ينبغي أن يُخاطب العقول، وأن يسهم بفاعلية في مكافحة السلبيات، والتركيز على الأولويَّات، والارتفاع بوعي شباب الأمة، وعدم الدخول في جدل عقيم حول الهامشيات.

ويتوقَّف زقزوق لبيان واجبات الإعلام الإسلامي لمواجهة المشكلات والتحديات التي تواجهه؛ حيث يقرر أنَّ من أهمها ضرورة مواجهة الفراغ الفكري لدى شباب الأمة بالأفكار الإيجابية الإسلامية، وإلا سيصبح الشباب عرضة لتقبُّل ما يرد إليه من أفكار مُختلفة يروِّجها الآخرون، كما لا بد من وضع خطَّة مزدوجة للمواجهة الفكرية تسير في اتِّجاهين متوازيين، أحدهما: توضيح المفاهيم الإسلامية، والكشف عن الأخطاء الشائعة، وثانيها: مناقشة الأفكار الهدَّامة، وإبراز الرد العلمي عليها ويؤكِّد زقزوق على ضرورة ألاَّ يغفل الإعلام الإسلامي مواجهة التأثير العميق للإعلام الغربي في عقل أبناء الأقليات المسلمة، وأنَّ هذه الأجيال من أبناء المسلمين في الغرب تكاد تفقد صلتها بثقافتها الإسلاميَّة أما أحمد عمر هاشم رئيس جامعة الأزهر سابقًا، فيؤكِّد أنَّ عصرنا هذا هو عصر السَّموات المفتوحة والتحدِّي الحضاري؛ مما ينبغي معه وجود ميثاق شرف بين وسائل الإعلام والدول، وأن تكون هناك مواجهة حقيقية لهذا البثِّ الذي يحمل المخاطر من كل جانب، وأنه لا يُمكن الإيفاء بهذا الواجب العظيم إلاَّ بإعلام إسلامي غيور مُخلص يجعل كل جهوده لنشر الإسلام وتوحيد الأمة.

ويؤكِّد علي عجوة عميد كلية الإعلام بجامعة القاهرة على ضرورة بناء إستراتيجية مستقبلية للإعلام الإسلامي،في ضوء التيارات المتلاحقة، التي تفرض على المخططين والمنفِّذين الموائمة المستمرة بين الخطط التفصيلية والتطورات الإعلامية السريعة في عالم الغد، خاصَّة مع التفوُّق الكبير لوكالات الأنباء العالمية على وكالات الأنباء المحلية في جمع ونشر الأخبار والأفكار والمعلومات.

والتحدِّيات التي تواجه الإعلام الإسلامي يمكن حصرها في أربعة أمور كُبرى، تحتاج إلى جهود كبيرة لمواجهتها، وإضعاف أثارها محليًّا؛ تمهيدًا للتغلب عليها، وتحقيق التفوُّق في المستقبل القريب تتمثَّل في:

- قوة الاتصال الغربي، والسيطرة التي يتفوَّق من خلالها على العالم كله.

- الدعاية الصهيونية التي تستفيد من دعاية الإعلام الغربي، وتتحكَّم فيه؛ لتحقيق أهدافها الخاصَّة.

- ما تُسهم به أوضاعنا في إضعاف الإعلام وإتاحة فرص التفوُّق للدعاية المضادَّة.

- الإرساليات التنصيريَّة وما يدعمها من قوى سياسية واقتصادية.

ويرى عجوة أنَّ مواجهة تلك التحدِّيات تستلزم قيام الإعلام الإسلامي على دعائم مهمَّة، كالصدق، والواقعية، والتركيز على الأحداث الحقيقية ذات الأهمية بالنسبة للمجتمع المسلم.

ويرى فاروق أبو زيد عميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة حتمية وجود جهاز إعلامي إسلامي، يهدف إلى وضع أسس إصلاح المجتمعات الإسلامية، طبقًا لتعاليم الدين الإسلامي، كما أكد أنَّ الإعلام الإسلامي اليومَ بمختلف قنواته التي تمثله قد أهمل الدعوة والتعريف بالإسلام حتَّى بين المسلمين، ولا بد أن يفهم العاملون بجهاز الإعلام الإسلامي أنَّ المسؤوليَّة هنا مسؤولية شرعية، وليست عملاً هامشيًّا؛ بل هو من صميم الدعوة وركيزة أساسية لمن يركِّز، أو يعارض مبادئ الدين، فالمسؤولية خطيرة؛ لأنها دعوة لأمة مثالية تُضاهي الدول الكُبرى في ظل تطوُّرات العصر، فلا بد من مترجم يعرِّف حقائق الإسلام للغير. كما أكَّد على ضرورة التخطيط الجيِّد للإعلام الإسلامي، مع ضرورة وجود ديوان الترجمة الإسلامي، والذي يكون به قسم خاص بالموسوعات لفقه الإسلام وترجمة المصطلحات الدينية بكل اللغات الأجنبية، إضافةً إلى ترجمة كل ما يكتب في بلاد العالم عن الإسلام وشعوبه، وتوزيع هذه الكتب المترجمة على المسؤولين وأجهزة الإعلام، وكذلك العمل على إصدار نشرات باللغات الأجنبية يكتبها العلماء المتخصِّصون من المسلمين في الموضوعات التي تهم المجتمعات الحديثة، وترد على ما يشيعه أعداء الإسلام، هذا إضافة إلى القيام بالدراسات المقارنة بين ما جاء به الإسلام، وما جاءت به الفلسفات والنظريات، وكذلك ضرورة جمع وتصنيف وتحقيق التراث الإسلامي، وعرضه بطريقة مبسَّطة للتعريف بمبادئ الدين، مع ضرورة أن يشرف على ذلك علماء الدين، والسياسة والاقتصاد والإعلام؛ للاستفادة من علمهم وخبرتهم.

ويشير محمَّد عمارة إلى أن محطَّات الإذاعة في دول الشرق الأقصى عليها طلب مكثَّف من أصحاب الاتجاهات المختلفة في العالم؛ لاستئجار وقت فيها لبث برامجها، وعلى رأس المستأجرين دعاة التنصير في العالم، وأشار إلى أنه من خلال رصده لظاهرة استقبال البرامج في البلاد الغربية تبيَّن أنَّ الكثيرين يشاهدون البرنامج المسيحي، كما يَحرصون على مشاهدة البرنامج اليهودي، وأن البرنامج الإسلامي لا يعرف به أحدٌ؛ لعدم الاعتناء بحسن عرضه كالبرنامج المسيحي واليهودي، حتى غدا غير معروف لدى المستمع.

كما أكَّد عمارة على أهمية دور الجمعيات والهيئات الخيرية الإسلامية للقيام بدور فعَّال، في التعريف بوجود إذاعات تبث برامج إسلامية هادفة، إضافة إلى ضرورة استقبال العاملين في مجال السينما والتلفاز، وحثّهم على إنتاج برامج إسلامية تعيد تثقيف تلك الشعوب.

أما أحمد كمال أبو المجد وزير الإعلام السابق، فيرى أنَّ الإعلام الإسلامي هو السبيل إلى مجتمع القوَّة، باستجلاء معاني الإسلام التي ما زالت خافية، ومن الضروري وجود تصوُّر سابق لما يَجب أن تكون عليه الأوضاع مستقبلاً، وهذا يعني تحديد الفارق بين التخطيط، وبين استشراف آفاق المستقبل، بقصد التهيؤ لاستقبال الغد والتعامل معه،

فلا سبيل لتحقيق هذا الدور إلاَّ إذا خرجنا من الذات الإقليمية للتواصل مع الآخرين، مع الحفاظ على الهوية الإسلامية، وقبل ذلك لا بد أن يستقر في وعي المسلمين أنَّ رسالتهم موجَّهة إلى كل الناس، وأنه من الضَّروري المشاركة بحضارتنا العربية والإسلامية من جديد في صنع التاريخ وترشيد سيرته .

ثانيًا: ضعف الرد على حملات التشويه، فضلاً عن مواجهتها ومقاومتها:

كما يُعاني الإعلام الإسلامي من ضعف في عرض الصورة، فضلاً عن عرض الحقيقة والمضمون والفلسفة للخصوصيَّة الثقافيَّة، وللرسالة الربانية التي خَصَّه بها المولى عز وجل فإنه يظل عاجزًا بناء على ضعفه الأول بضعفٍ يترجمه في القُدرة في الرد على حملات التشويه لصورة الدين وحقائقه وللمسلمين، فضلاً عن مواجهتها ومقاومتها؛ ذلك أن من عجز عن الرد لا يُمكنه المواجهة والمقاومة، ولا شك أن هذا الضعف انعكست آثاره على الأقليات المسلمة والعربية، التي تصل اليوم إلى عشرات الملايين.

إنَّ الإعلام الغربي اليومَ يقوم في تكوينه للتوجه عند الإنسان الغربي بدَوْرٍ كبيرٍ في تشكيل عقله، وقد رصد محمد بشاري صورة الإسلام في الإعلام الغربي، وخرج من خلال قراءته بعدد من الملاحظات تمثلت في:

- من خلال تحليل مضمون هذه الوسائل، فالحقيقة تشير إلى أن الخوف من الإسلام ليس بالأمر الطَّارئ أو الجديد، غَيْرَ أنَّ هناك عواملَ عديدة تزيد من هذا الشعور حاليًّا، وتجعل الأوروبيين يرون في الإسلام خطرًا كبيرًا وتحديًا أكبر أمام الغرب؛ لذلك كانت حصيلة تأمل؛ نتيجة الدراسات الإعلامية، التي تناولت صورة المسلمين في الوسائل الأوروبية المقروءة والمسموعة والمرئية سلبية في أغلب الأحيان.

- توجد بعض التغطيات غير المتحيزة أحيانًا؛ لكنها قليلة قياسًا على الصورة غير الصحيحة عن المسلمين، السائدة في الإعلام الغربي؛ نتيجة المعالجات المغرضة.

- إن وقوع بعض الأحداث المرتبطة بالمسلمين عمومًا تزيد فيها المعالجة غير الموضوعية، سواء كانت هذه الأحداث متعلقة بالأقليات الإسلاميَّة في أوروبا، أم في بعض الدول العربية والإسلامية.

- تعكس الصورة النمطية للإسلام أو المسلمين في الإعلام الغربي أنَّهم يتبنون التطرف والعنف والجهاد، ونبذ العلمانية ورفض الاندماج، كما يتم تشويه مفهوم الجهاد في الإسلام في الإعلام الغربي، ومن ذلك تأكيد البعض على أنَّ الإسلام هو دين حرب، وقد أصبح يكفي أن تتم الإشارة في أيِّ مقال لمصطلح الجهاد مقرونة بترجمة في اللغة الفرنسية الحرب المقدسة؛ لكي تثار الزوابع والهواجس والمخاوف،

فعلى سبيل المثال نشرت صحيفة لونوفيل أوبزرفاتير مقالاً عمَّا وصفته بانفجار الحالة الإسلامية في فرنسا، وأن هناك في تلك الفترة أكثر من ألف مسجد، وأكثر من ستمائة جمعية إسلامية، وأن هذا انفجار يعود إلى حوالي ١٧ سنة، ويضيف صاحب المقال المذكور أنَّ تكرار العمليات الإرهابية واختطاف الرَّهائن تندرج ضمن إستراتيجيِّة مضادة للغرب، عبر تمرير خطاب الجهاد في معناه العدواني.

ولا تختلف الصورة في بريطانيا عنها في فرنسا وباقي دول أوروبا؛ حيث تصف وسائل الإعلام الدين الإسلامي بالدين البدائي والإرهابي، وأنَّه هو الدين الذي يتعارض مع الحضارة، والبديل عن الشيوعية وإيديولوجياتِها، خاصَّةً بعد سقوط الاتحاد السوفييتي، ومن ذلك:

- نشرت صحيفة صنداي تايمز مقالاً لكاتب يدعى بيير جرين دورتون بعنوان: الوجه القبيح للإسـلام، قال فيه: إنَّ الإسلام الذي كان حضارة عظيمة تستحقُّ الحوار معها قد انحط، وأصبح عدوًّا بدائيًّا لا يستحق إلا الإخضاع.

- استثارة الفزع من الإسلام بداخل القارئ الأوروبي، من خلال العناوين المخيفة في الصحف، مثل: المسلمون قادمون، الحروب الصليبية مستمرة، سيف الإسلام يعود من جديد، العالم يتحكم فيه بدو الصحراء وشيوخ البترول، وما زالت هذه الحملات الإعلامية تظهر بين الفينة والأخرى؛ مما يُسهم بطبيعة الحال في تنميط صور مغلوطة تماماً عن الإسلام بوصفه دينًا للكراهية والتعصب والعنف،

ولعل أبلغ تعبير عن وضع الإسلام في الإعلام والإدراك الغربيين ظاهرة الإسلاموفوبيا، وهي الكلمة التي دخلت قاموس السياسة الأوروبية، وتحولت إلى مفردة لها معانٍ محددة في عصرنا كما حدث في القرن التاسع عشر مع مفردة اللاسامية، وتحت مفردة الإسلاموفوبيا، وهي كلمة يقصد بها الإرهاب الإسلامي، كمصطلح لمعنى الخوف من الإسلام بدأت تعقد المؤتمرات السياسية، وتدار الندوات الفكرية لمعالجة مواضيع المخاوف من الإسلام وأبعادها الاجتماعية والاقتصادية والثقافية .

- في دراسة قامت بها الباحثة مارلين نصر عن صورة العرب والإسلام في الكتب المدرسية الفرنسية، والصادرة عن مركز دراسات الوحدة العربية في عام ١٩٩٥، أكدت من خلال محاور دراستها أنَّ المناهج التربوية الفرنسية تقدِّم العرب والمسلمين باعتبارهم متمردين ونهابين ومخربين وسفاحين، ولا تأتي على ذكر أيَّة صفة من صفاتهم المعروفة، مثل: الشرف، والشجاعة، والشهامة، والعرفان بالجميل، وكرم الضيافة، والتعاون، والقناعة، وقوة التحمل وغير ذلك.

- صارت الصحافة الفرنسية مثلاً بحسب ما توصلت إليه دارسة أحد الباحثين الجامعيين، وهو صادق سلام تضع على عاتق المسلمين الأزمة الاقتصادية برُمَّتها، والبطالة، واختلال الأمن، والإرهاب، كما أصبح الناخبون الفرنسيُّون في مواقع عدة يصوِّتون لأكثر المرشحين عدوانية ضد الإسلام، كما لاحظ الباحث أنَّ المجلات الفرنسية التي تخصص أعدادًا تدور مَحاورها حول الإسلام ترتفع معدَّلات مبيعاتها ١٥ بالمائة؛ لذلك باتت المجلات التي تعاني الركودَ تلجأ إلى توظيف محاور تحريضية معادية للإسلام؛ لكي تحل أزمتها الاقتصادية.

كما أنَّ هناك قسيسًا إنجيليًّا معروفًا يُدعى جيري فالويل يقيم في منطقة لينشبرج في منطقة فيرجينيا، له برنامج أسبوعي إذاعي وتلفزيوني يصل إلى أكثر من ١٠ ملايين منزل أسبوعيًّا، وله جامعة خاصة أصولية، تُسمى جامعة الحرية يهاجم من خلالها النبي ص من خلال وسائل إعلام أمريكية كُبرى، إضافة إلى موقعه الخاص على الإنترنت ؛ حيث وضع في صفحته الأولى تاريخًا زائفًا عن النبي ص ومن أقواله التي ذكرها في برنامجه الذي استغرق مدة ٦٠ دقيقة في ٦ أكتوبر ٢٠٠٢: أنا أعتقد أن محمدًا كان إرهابيًّا، في اعتقادي المسيح وضع مثالاً للحبِّ، كما فعل موسى، وأنا أعتقد أن محمدًا وضع مثالاً عكسيًّا، وأنه كان لصًّا وقاطعَ طريق.

وبناء على ما سبق؛ فهناك من يتعمَّد الإساءة للإسلام، ولرموز المسلمين، ولا نجد له ما يبرر فعله، وهناك من يتعمَّد الإساءة؛ نتيجةً لتراكمات من هنا وهناك نجمت عنها هذه النظرة، التي جعلته يقر في وجدانه هذه الصورة عن الإسلام والمسلمين، فأمَّا بالنسبة للفئة الأولى فلا بدَّ أن ننتصر عليها وندحضها، وأمَّا بالنسبة للفئة الثانية، فلا بد من بذل جهود مخلصة لإيصال الصورة الناصعة لفكر المسلمين وثقافتهم، ودلالات تعاليم دينهم، وفي ذلك دَوْر كبير لتجاوز المحنة على المسلمين ممن يعيش بين أكناف الغربيين، فهم المعنيُّون قبل غيرهم، وبمساندة الشعوب المسلمة في ديارهم بتغيير الصُّورة، وإلا فهم المتضرِّرون مُباشرة بسبب ذلك.

الإعلام الإسلامي إعلام ذكي؛ يتحرى صدق ودقة الخبر ووجوب التثبت منه قبل نشره؛ لأنه منبثق من عقيدة المسلم؛ عقيدة الوضوح والاستقامة فلا يقوم شيء فيها على الظن أو الوهم أو الشبهة، قال تعالى: {وَلاَ تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولاً}.

يقول سيد قطب: وهذه الكلمات القليلة تقيم منهجًا كاملا للقلب والعقل، يشمل المنهج العلمي الذي عرفته البشرية حديثًا جدًا، ويضيف إليها استقامة القلب ومراقبة الله، ميزة الإسلام على المناهج العقلية الجافة! فالتثبت من كل خبر ومن كل ظاهرة ومن كل حركة قبل الحكم عليها هو دعوة القرآن الكريم، ومنهج الإسلام الدقيق ومتى استقام القلب والعقل على هذا المنهج لم يبق مجال للوهم والخرافة في عالم العقيدة ولم يبق مجال للظن والشبهة في عالم الحكم والقضاء والتعامل، ولم يبق مجال للأحكام السطحية والفروض الوهمية في عالم البحوث والتجارب والعلوم.

والأمانة العلمية التي يشيد بها الناس في العصر الحديث ليست سوى طرف من الأمانة العقلية القلبية التي يعلن القرآن تبعتها الكبرى، ويجعل الإنسان مسؤولا عن سمعه وبصره وفؤاده، أمام واهب السمع والبصر والفؤاد إنها أمانة الجوارح والحواس والعقل والقلب أمانة يسئل عنها صاحبها، وتسئل عنها الجوارح والحواس والعقل والقلب جميعاً أمانة يرتعش الوجدان لدقتها وجسامتها كلما نطق اللسان بكلمة، وكلما روى الإنسان رواية، وكلما أصدر حكماً على شخص أو أمر أو حادثة {وَلاَ تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ}.. ولا تتبع ما لم تعلمه علم اليقين، وما لم تتثبت من صحته، من قول يقال ورواية تروى، من ظاهرة تفسر أو واقعة تعلل، ومن حكم شرعي أو قضية اعتقادية وفي الحديث: إياكم والظن فإن الظن أكذب الحديث وبئس مطية الرجل قوله زعموا .

وهكذا تتضافر الآيات والأحاديث على تقرير ذلك المنهج الكامل المتكامل الذي لا يأخذ العقل وحده بالتحرج في أحكامه، والتثبت في استقرائه؛ إنما يصل ذلك التحرج بالقلب في خواطره وتصوراته، وفي مشاعره وأحكامه، فلا يقول اللسان كلمة ولا يروي حادثة ولا ينقل رواية، ولا يحكم العقل حكماً ولا يبرم الإنسان أمراً إلا وقد تثبت من كل جزئية ومن كل ملابسة ونتيجة، فلم يبق هناك شك ولا شبهة في صحتها.

وهذا التثبت لا يقدر عليه إلا من لديه القدرة على استنباط الحقيقة، واستخراجها من بين الأنباء المتناقضة، والملابسات المتراكمة، يقول تعالى: {وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِنَ الأَمْنِ أَوِ الْخَوْفِ أَذَاعُوا بِهِ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُولِي الأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنْبِطُونَهُ مِنْهُمْ} قال الطحاوي في سياق حديثه عن لفظ زعم وورودها في بعض آيات القرآن الكريم: .. وكل هذه الأشياء؛ فإخبار من الله بها عن قوم مذمومين في أحوال لهم مذمومة، وبأقوال كانت منهم كانوا فيها كاذبين، فكان مكروهًا لأحد من الناس لزوم أخلاق المذمومين في أخلاقهم، الكافرين في أديانهم، الكاذبين في أقوالهم وكان الأولى بأهل الإيمان لزوم أخلاق المؤمنين الذين سبقوهم بالإيمان، وما كانوا عليه من المذاهب المحمودة والأقوال الصادقة وقال البغوي: إنما ذم هذت اللفظ، لأنه يستعمل غالبًا في حديث لا سند له، ولا ثبت فيه، إنما هو شيء يحكى على الألسن، فأمر النبي ص بالتثبت فيما يحكيه، والاحتياط فيما يرويه، فلا يروي حديثًا حتى يكون مرويًا عن ثقة.

وليس سبقًا إعلاميًا نشرُ الأخبار دون التثبت من صحتها، والتأكد من مصدرها، كما أنه ليس سبقًا إعلاميًا نشرُ أقوال العلماء ومن عرفوا بالصلاح ونسبتها إليهم دون التحقق من صحتها على الوجه الذي رويت به، فكم من فتوى أو قول روي عن عالم رواية غير دقيقة؛ لأن الراوي لم يحسن فهمها، فأساء في النقل والتبليغ، فطارت بها الألسن وتلقفها الناس من وسائل الإعلام، والناس عادة تحب الغريب من الأقوال هذا بالنسبة للعلماء خاصة، أما بالنسبة للمسلمين عامة، فلابد من التبين فيما يقال عن المسلم من أخبار سيئة، وأقوال شائنة، فلا ينبغي أن نسارع بروايتها دون تثبت، فالله تعالى يقول: {يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَإٍ فَتَبَيَّنُوا}.

يقول سيد قطب: ومدلول الآية عام وهو يتضمن مبدأ التمحيص والتثبت من خبر الفاسق، ويخصص الفاسق لأنه مظنة الكذب، وحتى لا يشيع الشك بين الجماعة المسلمة في كل ما ينقله أفرادها من أنباء، فيقع ما يشبه الشلل في معلوماتها وأما الصالح فيؤخذ بخبره، لأن هذا هو الأصل في الجماعة المؤمنة، وخبر الفاسق استثناء، فهو موضع الشك حتى يثبت خبره والأخذ بخبر الصالح جزء من منهج التثبت لأنه أحد مصادره، فالأصل في الجماعة المؤمنة أن يكون أفرادها موضع ثقتها، وأن تكون أنباؤهم مصدقة مأخوذ بها، أما الشك المطلق في جميع المصادر وفي جميع الأخبار، فهو مخالف لأصل الثقة المفروض بين الجماعة المؤمنة، ومعطل لسير الحياة

وتنظيمها في الجماعة والإسلام يدع الحياة تسير في مجراها الطبيعي، ويضع الضمانات والحواجز فقط لصيانتها لا لتعطيلها ابتداءً وهذا نموذج من الإطلاق والاستثناء في مصادر الأخبار، وبذلك يستقيم أمر الجماعة وسطًا بين الأخذ والرفض مما يصل إليها من أنباء جاء عن الإمام ابن المبارك: الإسناد من الدين، ولولا الإسناد لقال من شاء ما شاء فالواجب على كل من سمع طاعنًا فى أخيه المسلم، أو متهماً له بمكروه، أن يتسلسل بالسؤال إلى أن يعرف مصدر القول، ثم يتفكر، هل هذا ممن تقبل شهادته؟ هل عرف فيه الكذب؟ هل سبق أن جاهر بمعصية؟ ما درجة حفظه وضبطه لما يسمع؟ فلعله يجد من خلال التمحيص من يُطعن في التزامه بدين الله، فيتضح له سوء النية والقصد، أو يرى ضعفًا في الضبط والحفظ وخللا في النقل.

الإعلام وثقافة التطاول

عندما يتطاولُ الأصاغرُ على الأكابر يحدث الخللُ والزلل، ولو لم يكن ذاك لما كان من علامات الساعة أن يُؤخذ العلم من الأصاغر ويترك الأكابرولذلك انتشرت مقولة إذا أردت أسرع طريقة للشهرة فما عليك إلا أن تتعرض لعلم ؟

ومن المعلوم أن من يملك النقد لا بد أن يكون مالكًا لأدواته ووسائله، ومن القواعد الأصولية المهمة الحكم على الشيء فرع عن تصوره؛ فماذا تقول فيمن لا يملك أدوات التصور فضلا عن أدوات النقد الصحيح؟

ثم لابد أن يكون الناقد متجردًا للحق، متخليًا عن الهوى، متجنبًا إغراءات أصحاب المال والجاه.

فتجد مثلا إحداهن أو أحدهم يقول في عنوان له في صفحة نقاشات الفنون والرياضة كبديل للعنف والإرهاب وقد خلط فيه الكاتب خلطا فظيعًا يريد أن يبين جواز الغناء والآلات الموسيقية حتى بلغت بالكاتب الجرأةُ إلى أن يقول: إن عبد الله بن الزبير كان له جوارٍ عوّادات وإن ابن عمر دخل عليه وإلى جنبه عود، فقال: ما هذا يا صاحب رسول الله؟ فناوله إياه فتأمله ابن عمر وقال ميزان شامي في إشارة من الكاتب إلى تأييد ابن عمر لذلك مع العلم بما في هذه القصة من الكذب والاختلاق والغلط، فانظر كيف كذب على صحابة رسول الله ص، فهل يؤمَن للكاتب جانب؟

ويقول كاتب آخر في عدد آخر عن ذريعة الاختلاط التي يحتج بها العلماء في تحريم العمل في بيع ملابس النساء، وقيادة المرأة للسيارة ما نصه: إننا نريد تفسيرًا لهذا الاختلاط الذي نعرفه تماماً فهو موجود في الطواف حول الكعبة، والاختلاط الموجود في المسعى وفي الجمرات.

وكأنه يشبه الاختلاط في الأسواق بالاختلاط في المشاعر المقدسة، ونسي الكاتب أو تناسى أن هذا قياس مع الفارق، إن كان يعلم القياس أصلاً وأن ما ذكَرَ لا يستطاع دفعة لكثرة الوافدين من جميع أقطار العالم ولاستمرار الطواف في جميع لحظات اليوم،

فكيف ندفع ذلك يا شيخنا؟؟ أم أنك لم تقرأ قول الله تعالى {فَاتَّقُوا اللَّهَ مَا اسْتَطَعْتُمْ} ولا يخفى على كل ذي لب سليم ما في المنع من مفسدة أكبر؛ إذ إن المشاعر المقدسة مشاع لجميع المسلمين أما البيع في الأسواق فإن المفسدة في الإمضاء أعظم منها في المنع،ونسي أو تناسى أن الاختلاط نوعان أحدهما متعمد والآخر غير متعمد ولا يستطاع دفعه، فكيف يجمع المتفرقان كي يصبحا شيئًا واحدًا؟!! وأصل الدعوى في ذلك إنما يراد بها أبعاد أخرى غير ما يدّعون مما لا يخفى على كل ذي عقل سليم وآخر يقول في مقابلة له في قناة الاقتصادية: إن العلماء ليس لديهم قداسة عن النقد، وفي المقابل تراه يجعل لأرباب التغريب ذات القداسة التي نفاها عن العلماء؟

ما وجه الشبه في الكلام في الدين، بين طبيبة اجتماعية جل كتبها في تربية الأطفال، أو اقتصادي لا يعرف إلا س أو ص، أو تاجر ليس له هم إلا أن يجمع المال بأي طريقة كانت، وبين عالم جليل أفنى جل عمره في التعلم والتحصيل ومن ثم التعليم، ثم بعد تفكير ليس بالطويل تتبين الفرق فإذا هو شاسع وعميق، إذ ان العالم ينتقد ويتكلم ويفتي على علم وبصيرة، وفى المقابل تجد أكثر هؤلاء لا يعلم ما شروط الوضوء، ولا شروط رمي الجمار، لكنك تجده يتكلم في أمور مسلمات قد انعقد عليها الإجماع بعد الكتاب والسنة يريد أن يبطلها، يتكلم في الجهاد فتراه يبطل فيه عقائد راسخة لا يجوز فيها التغيير والتحويل مهما تغير الوقت والزمن، وتارة ينتقص مناهج التعليم ، وتارة في سد الذرائع،

وأخرى في المصالح المرسلة، وغيرها مما يكون التلميح فيه أبلغ من التصريح، وقد صدق من قال: من تكلم في غير فنه أتى بالعجائب، وقد يقول قائل إن هذه قاعدة غير مطردة، لكننا نقول إن ذلك مبني على التتبع والاستقراء، إما بحال الكاتب وإما بما هو مكتوب، ثم إن الحكم على الأشياء إنما يكون بالأغلب، والشاذ كما قيل لا حكم له.

حتى بلغت الجرأة بأكثر من واحد منهم أن يقول في مسألة شرعية لأحد أعضاء هيئة كبار العلماء يعد من أكبر العلماء في العالم الإسلامي: أتحداك أن تأتي لي بدليل من الكتاب والسنة؟ فما كان من العالم الرباني إلا أن أتى بأكثر من خمسة أدلة من الكتاب والسنة دون كلام العلماء، وآخر يقول: إن فقه ابن تيمية لا يناسب هذا الزمان، والآخر يقول: إن الشافعي مغرور عندما قال: قولي صحيح يحتمل الخطأ وقول غيري خطأ يحتمل الصواب مما يؤلم ويقود إلى العجب أشد العجب من هذا الإلمام من بعض الكتاب أو المتكاتبين الذين لم يشهد لهم مثيل منذ خلق الله الأرض ومن عليها، فإذا أردته نحوياً فاق سيبويه، وإن أردته قارئاً فاق أبي بن كعب، وإن أردته كيميائياً فاق ابن حيان، وإن أردته محدثاً فاق ابن المديني، وإن أردته فقيهاً فاق أبا حنيفة والشافعي، وإن أردته فلكياً كان كذلك، وإن أردته عاملاً في البلدية كان أشد من ذلك.

فمن المسؤول عن كل هذا التطاول على مبادئ الشريعة؟ ولماذا نجد كل هذه التجاوزات للنظام الأساسي للحكم ولا نجد حماية لهذا النظام؟ثم أين المساواة في الأخذ بالنظام بين من يتطاول على الأمن، وبين من يتطاول على الدين؟

دور وسائل الإعلام الإسلامى فى خدمة الدعوة إلى الله

لا شكَّ أن الدعوة إلى الإسلام لا تَقتصِر على الرسل والأنبياء فقط، بل تمتدُّ إلى الأشخاص العاديين في كل زمان ومكان؛ كما قال النبي محمد ص: (بلِّغوا عنِّي ولو آية).

ومن المعروف أن وسائل الدعوة لدى الناس كثيرة؛ من الدعوة في المساجد ودور العبادة بصفة عامة، ودعوة غير المسلمين في بلادهم، والجاليات المسلمة في بلاد الغرب.. وغيرها من الوسائل المتعدِّدة التي تعمل دائمًا على زيادة انتشار الدين الإسلامي الحنيف في كل بقاع الأرض.

ولا شكَّ أن مِن أهمِّ الوسائل التي ساعدت على نشر الإسلام وسائلَ الإعلام بمُختلف أقسامها، وخاصة أنه مع ظهور التقنيات والتكنولوجيا الحديثة أصبَحَ الأمر أسهل مِن ذي قبل؛ حيث أصبح العالم كقرية صغيرة يستطيع الشخص أن يَنشر مقالاً في بلد ما ليقرأها شخص آخر في أقصى بلاد الغرب، وبالتالي أصبح على الإعلامي الداعية الإسلامي عبء ثقيل في نشر الدعوة الإسلامية والدفاع عن الإسلام، والرد على كل مَن يُحاولون تشويه الإسلام وإرساء صورة سلبية خاطئة عن الإسلام والمسلمين في العالم.

وفي هذا الصدد يوضِّح الدكتور أحمد زارع - أستاذ الإعلام بجامعة الأزهر - المسؤولية الشديدة المُلقاة على كافة المسلمين عامة، ودعاة الدين الإسلامي الذين يَعملون بوسائل الإعلام بشكل خاصٍّ قائلاً: إن الإعلام الحديث يُعتبَر مِن أهمِّ الوسائل التي تُساعد في نشر الدعوة للدِّين الإسلامي وتَحسين الصورة الذهنية الخاطئة عن الإسلام والمسلمين في العالم، وخاصة عند الديانات غير الإسلامية، التي ترى أن الإسلام - دينًا وديانة - لا يُعطي متَّسعًا للأشخاص في المعاملة، بل يعمل على تضييق الحياة عليهم، وذلك بعكس سماحة الإسلام ويُسره في كل شيء، مُشيرًا أنه برغم التفريط والخلل الواضح في نشر الدعوة الإسلامية في العالم، بجانب وسائل الإعلام الغربية التي تعمَل ليلاً ونهارًا على إيصال الصورة السيئة عن الإسلام، إلا أن الله سخَّر هذه الأعمال للخير ونشر الحق المبين، وللدعوة إلى الرسالة الخالدة، رسالة النبي محمد صلى الله عليه وسلم، ولذلك يجب أن نفكِّر بمِعيارية شديدة، وأن نُحسن استخدام وسائل الإعلام على المستوى العالَمي لكي تصِلَ الرسالة المراد إيصالها للجميع.

وأضاف زارع: إن وسائل الإعلام الإسلامي أصبحَت ذات أهميه شديدة في نشر وتبليغ الدعوة إلي الإسلام التي بدأها الرسول صلى الله عليه وسلم، واستكملها الصحابة رضوان الله عليهم، مرورًا بالتابعين وتابعي التابعين حتى وقتِنا هذا، كما يتحمَّل علماء الأمة عبئًا أساسيًّا في تعريف غير المسلمين بالدين الإسلامي ودعوتهم إلى التوحيد والإيمان، والدخول تحت راية الله ورسوله، وبالتأكيد على أن أمَّتَنا الإسلامية في هذا العصر عصر القنوات الفضائية المُتعدية،

وعصر المعلومات والقنوات الصناعية، في أمسِّ الحاجة إلى منابر إعلامية تستطيع أن تُعبِّر عن الواقع الإسلامي وتاريخ الأمة، والعمل على التصدِّي لمن يُحاولون تشويه صورة الإسلام في العالم، وخاصة وسائل الإعلام الغربية والصِّهيونيَّة.

وأكَّد أستاذ الإعلام بجامعة الأزهر، أنه يجب على جميع الأجهزة الإعلامية الإسلامية المتخصِّصة الحديثة أن تُنسِّق مع بعضها البعض وتقف وقفة واحدة للدفاع عن الإسلام، وتحقيق الهدف المرجوِّ منه، وهو انتشار الدعوة الإسلامية في جميع مراكز العالم، مُضيفًا: إن انتشار الشبكة العنكبوتية ووسائل الاتصال الحديثة سهَّل التواصُل بين جميع مناطق العالم، وأصبح الشخص يَكتب شيئًا أو يقوم بنشر شيء على الإنترنت؛ ليراه ملايين البشر في مختلف أنحاء العالم، وبالتالي يجب الاستفادة من تلك الميزة والخاصية، وخاصة أن التعاون مع تلك الأجهزة الإسلامية يَعمل على التكاتُف ضد هؤلاء الذين يُريدون هدم الدين الإسلامي وتشويه صورته في العالم؛ لأنه يَرفُض مَصالحهم الشخصية القائمة على الحرية الزائدة، والتي يَرفضُها الدين الإسلامي.

كما يؤكِّد الدكتور محمد عبدالواحد طرابية - أستاذ الإعلام الإسلامي بجامعة الأزهر - أن الداعية الإسلامي هو المكلَّف شرعًا بالدعوة إلى الله، كما يقول الدكتور عبد الكريم زيدان: هو كل مسلم بالغ عاقل من هذه الأمة الإسلامية مكلَّف بهذا الواجب، فلا تختص الدعوة بالعلماء فقط كما يَفهم البعض، ويقول الله - عز وجل -: (قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ)

دَوْر الإعلام الإسلاميِّ في خدمة قضايا الأُمَّة

بين إحساسٍ بالضَّياع وفقدان الهويَّة، نَعِيش -نحن المُسلِمين- مؤتَمراتٍ تعقد وتنفض، وقرارات تصدر وتَذوب، ما بين مؤيِّد ومُعارِض، ومُشاهِدٍ عن بُعْد، تلك هي الطَّابع لمؤتمراتنا، ونحن كَمُسلمين نَجْني ثِمار ذلك، فالعالَمُ كلُّه يتقدَّم مِن حولنا، ونحن ما زِلْنا ننتَظِر أن نَأخذ الفُتات المُستهدَف من التِّكنولوجيا والتقنيات في كلِّ المَجالات، والحاجة مُلِحَّة لأنْ نَتماسك، ونَنأى بأنفُسِنا عن التَّبعيات؛ حتى تكون أمَّةُ الإسلام خيرَ أمَّةٍ أُخرِجَت للنَّاس، فنحن نعيش بين إعلامٍ إسلامي يئِنُّ، وإعلام غربي يَستهدِفُنا، يَنْزل فوق رؤوسِنا لا نستطيع له سَدًّا أو منعًا، وبين حاجتنا الشديدة لأن يَكون لنا طابَعُنا الإسلاميُّ المميز، بدايةً من العنصر البشَرِيِّ المُتمثِّل في الإعلاميِّ المسلم، الذي يعمل في الصَّحيفة والجريدة والإذاعة والتِّلفاز، انتهاءً بأُولِي أمرٍ يتَّقُون الله فينا، فنَجِد ذلك في وكالة أنباء إسلاميَّة لها مكانَةٌ بين الوكالات العالميَّة التي تَسْتهدفنا، وما بين تقنيات إعلاميَّة نوفِّرها، حتى نجد إعلامًا إسلاميًّا مؤثِّرًا، يجعل الإعلاميَّ المسلم دائمًا في مقدِّمة الصُّفوف.

فالأمَّة بحاجةٍ إلى إعلاميِّين يَعْرفون جيِّدًا أنَّهم أصحابُ رسالة يُدافعون بها عن الأمَّة، مُلتزمين في ذلك بالضَّوابط الشرعيَّة، والكَثير والكثير مِمَّا جاء في المؤتمر الإعلامي، والدَّورة الإعلاميَّة، والتي أشرفَ على تنفيذها النَّدوة العالميَّة للشباب الإسلامي، تحت رعاية الأزهر الشريف والمَجْلس الإسلاميِّ العالَمي للدَّعوة والإغاثة، وشاركَ فيها هيئةُ الإغاثة الإسلاميَّة العالمية، ومنظَّمة الدَّعوة الإسلامية، وجماعة أنصار السُّنة المحمديَّة، التي شارَكَ في حضور جلستها الافتتاحيَّة كلٌّ من: الشيخ/ محمد صفوت نور الدين، والشيخ/ صفوت الشوادفي، ولفيف من الصحفيِّين والإعلاميِّين ورجال الإذاعة والتليفزيون، وأساتذة الإعلام، مع مُشاركين من شباب الإعلام الإسلاميِّ من إحدى وخمسين دولة، وذلك حول دَوْر الإعلام الإسلاميِّ في خدمة قضايا الأمَّة، والذي أُقِيم في مصر في الفترة من ٢ إلى ١٢ فبراير ١٩٩٨ م.وفي الكلمة التي ألقاها الدكتور/ أحمد عمر هاشم، رئيس جامعة الأزهر، في حفل الافتِتاح أكَّد فضيلتُه على ضرورة مُواجهة التَّحديات التي تتعرَّض لها أمَّتُنا الإسلاميَّة، وأن الإعلام الإسلاميَّ يتحمَّل دورًا كبيرًا في ذلك، وأنَّ الإعلام نفسه في حاجةٍ إلى مُراجعة، ودوره في حاجةٍ إلى مُناهَضة كثيرٍ من السلبيَّات التي اعترَتْ بعض نَماذجه، وأن الإعلاميِّين تقع عليهم مهمَّة ضخمة، ولا بدَّ أن يتَّصِف الإعلاميُّ بالأمانة، وأن يُدافع عن الحقِّ لا عن الباطل.

وطالب فضيلتُه بأن نتَجاوز في إعلامنا الإسلاميِّ مرحلة الدِّفاع عن الإسلام، فالمهمَّة كبيرة؛ لأنَّنا ما رأيْنا عقيدةً ولو باطلة يُهان رموزها كما يُهان رموز الإسلام.

وإمعانًا في الكيد للإسلام؛ اتَّخذَ الأعداءُ وأذنابُهم طرقًا خبيثةً لِبَثِّ العَداوة والشِّقاق في صُفوف المسلمين، بعدما فشلوا في ذلك عن طريق نَشْر الانحِراف والتحلُّل والرَّذيلة.

وشدَّد في كلمته على أنَّنا لا يَجِب علينا أن نَخْرج من هذا المكان دون أن يُكلِّف كلٌّ منَّا نفسه برسالةٍ مفادُها أنَّ وسطيَّة هذا الدِّين ومنهجيَّة الإسلام - والَّتي لا إفراطَ ولا تفريط، ولا إسراف ولا غُلوَّ فيها - يجب على الإعلاميِّ المسلم أن يتبنَّى الدعوة إليها بصِدْق.

كما يجب على الإعلاميِّ أيضًا أن يتبنَّى الدَّعوة إلى وحدة مصير هذه الأمَّة؛ لأنَّ هذا التمَزُّق بين الجماعات المُتناحِرة، وفصائل الشَّباب، والتيَّارات المتصارعة لا يَخْدم قضيَّة الإسلام، ولا يخدم الأمَّة الإسلاميَّة، ولا يخدم الإنسانيَّة جمعاء.

وقد أكَّدَ الرَّئيس العامُّ لأنصار السُّنة الشيخ محمد صفوت نور الدين - على أنَّه لا سعادةَ إلاَّ بالمنهج الَّذي أنزله المولى - سبحانه وتعالى - لأنَّه افتتَحَ كتابه بقوله: (اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ) [العلق: ١]؛ أي: إنَّ الذي خلق سيُنْزل منهجًا، هذا المنهج أراده الله - عزَّ وجلَّ - أن يكون خاتمًا، لا تسعد الأمَّة إلاَّ به، وإن النَّاظر إلى وجه العالم على الأرض يجد الكآبة قد ملأَتْه، ويجد المشاكل قد اعتصرَتْ قُواه، وإنَّ النَّاظر إلى المَشاكل المنتَشِرة في العالم كلِّه نجد أنَّها ما جاءت إلاَّ لِبُعدنا عن المَنْهَج، وأنَّه لا سَعادة إلاَّ بالإسلام؛ فإنَّ الإسلام ما دخلَ إلى قلبٍ إلاَّ وأسعده، وما دخل إلى بيتٍ إلا وأسعدَه، وما دخل إلى أمَّة إلا وأسعَدَها، وأيُّ موقعٍ خلا منه الإسلامُ حلَّ فيه الشقاءُ ولا بد.

وأكَّد الشيخ صفوت نور الدين في كلمته في الحفل الافتتاحيِّ على أنَّه مُلْقًى على كاهل كلِّ مسلم - وخاصَّة الإعلاميِّين - رسالةٌ كبيرة، فمُهمَّة الدعوة إلى الله فرضٌ على كلِّ مسلم ومسلمة: (قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي) [يوسف: ١٠٨]، إلا أنَّها مِن قِسْم الفروض الكفائيَّة.

وحثَّ الشيخ في كلمته على ضرورة الأخْذ بأساليب التطَوُّر والتقدُّم التقنِي، والذي استخدَمْناه لِتَطوير هذا العلم منذ عهد الرسول ص فالرَّسول ص قد أمَرَ بعضًا من أصحابه أن يتَعلَّموا الكتابة، وأمَرَ زيد بن ثابت أن يتعلَّم لغة يهود؛ حتَّى يُبلِّغ عنه كتُبَه، ويترجم له كتبَهم.

ثُمَّ لما مات النبيُّ ص دُوِّن المصْحف، ولما تطوَّرَت الكتابة، وأصبحَتْ ذات قواعِدَ واضحةٍ، استُخْدِمت الكتابة في تدوين السُّنة، وتطوَّر الأمر حتَّى بلَغنا إلى اليوم، فنرى الإعلامَ الإسلاميَّ ينتقل بشريطٍ مسجَّل، وبإذاعةٍ تُذيع، أو بصحيفةٍ تُقرَأ.

فلا بُدَّ لنا أن نستَخْدِم في مِضْمار عَملِنا هذا كلَّ أمرٍ جديد يَخْلقه الله - عزَّ وجلَّ.

وقد أكَّد الشيخُ على أنَّ الضَّوابط الشرعيَّة كافية، وأننا لَسْنا بحاجةٍ إلى أن نواجه كيد الكائد بمثله، ولا أن نُواجه مَكْر الماكرين بمِثْله، ولا أن نواجه خداع المُخادعين بمثله؛ لأنَّنا أصحابُ رسالةٍ ومبادِئَ وقيم، وأصول شرعيَّة جاء بها الإسلام؛ ولذلك فإنَّني أحبُّ أن أشير إلى ضرورةِ توسيع رُقْعة الإعلام الإسلاميِّ وتَحْسينه، لكن مع الالتزام بتلك الضَّوابط، وأن يعلم الإعلاميُّ أنَّ الهمَّ الأوَّل له هو أن يعرف المسلم كيف يَدْخل الجنَّة، وذلك بأن يُصحِّح اعتقاده وتعبُّدَه وسلوكه.

فليس الهمُّ الأول للإعلام أن يكون إخباريًّا كسائر الإخباريِّين، ولا أن يكون صاحِبَ سبقٍ صحفيٍّ كسائر السَّابقين، إنَّما عندما يتعرَّف كلُّ مسلم في الأمَّة على دينه اعتقادًا وتعبُّدًا وسلوكًا، وانَّ ما يحدث من صُوَر شاذَّة ينسبها الكثيرُ إلى الإسلام، إنَّما لأنَّ القوم لم يَعْرفوا الإسلامَ في اعتقاده، ولَم يعرفوه في تعبُّدِه، ولم يلتَزموا به في سلوكه.

سيادة المسلمين على أرضهم:

ونتَساءل هل ضاعَتْ سيادة المُسلمين على بلادهم اليوم أوَّلاً، أم ضاع الالتِزام بِشَرعهم أوَّلاً؟ والجواب لا بدَّ أنه ما من أمَّة ضاعَتْ سيادة الإسلام فيها على أرضها، إلاَّ وقد ضاع قبل ذلك التِزامُها بإسلامها ودينها، والحلُّ البديهيُّ هو أن يَرْجع المسلمون أوَّلاً إلى التزامهم بإسلامهم ودينهم اعتقادًا وتعبُّدًا وسلوكًا، سيَرْجع لهم بذلك سيادتهم على أرضهم، وهذه مهمَّة شاقَّة ينبغي أن يتعَرَّف عليها كلُّ مسلم.

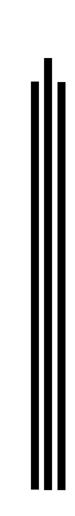
وإذا كان الإعلامُ العام يجب أن يُخاطب المثقَّفين، إلاَّ أنَّ الإعلام الإسلاميَّ الَّذي هدَفُه أن يُعرِّف النَّاس بطريق الجنَّة ينبغي أن يبلغ إلى كلِّ واحد في موضعه، وأن يبلغ إلى مَن لا يعرف القراءة والكتابة؛ من أجل ذلك فمُهمَّتُه واسعةٌ، ينبغي أن يصل إلى كلِّ بعيدٍ وناءٍ؛ حتى يتعرَّف على ذلك الدِّين.

ويجب أن نضَع أمامنا تلك الأهدافَ الكُبْرى بأن يتعرَّف المُسْلِمون وراءهم على أمور دينهم اعتقادًا وتعبُّدًا وسلوكًا، موقنين بأنَّه لا سعادة إلاَّ بالإسلام، وأنَّ كلَّ شقاء يَحِلُّ إنَّما هو لِضَياع الإسلام.

المُحاولات الدَّؤوبة لتشويه الإسلام:

وعن المُحاولات الدَّؤوبة لتشويه صورة الإسلام، الذي قدَّم للبشريَّة نموذجًا فريدًا لَم تعرفه البشريَّة من قبلُ في أيَّامها الماضية أو الحاضرة، فالدَّارس للإسلام في فكره وحضارته وسُلوكه ومجتمعاته، يَعْرف أنَّ الإسلام قد أقام حضارةً فذَّة متميِّزة؛ ذلك أنَّ الحضارات التي نشأَتْ في العالم قديمة وحديثة هي حضاراتٌ قامَتْ في الحقيقة لِتَحمي مصالحَ أقوامٍ في مُجتمَعات استقَرُّوا وأقاموا في مجتمعاتهم.

فالحضارة الإسلاميَّة التي نريد لإعلامنا الإسلاميِّ أن يعرِّف النَّاسَ بها - هي حضارة رحمةٍ وسعادة وهناء؛ ولذلك فنَحْن نُريد لإعلامنا الإسلاميِّ أن يُبْرِز ويبيِّن للنَّاس جميعًا الرسالة السَّامية للإسلام، بعيدًا عن السُّموم التي يبثُّها أصحاب الحضارة الزَّائفة في الغرب.



الباب السابع

ضوابط الخطاب الاعلامى الاسلامى

كيف يخاطب المسلمون وسائل الإعلام؟

أصبحت الآلة الإعلامية في ربيع الثورات العربية صانعة الرؤساء والدول، هادمة للإمبراطوريات والقوى، متفوقة على الآلة الحربية في تأثيرها على مجريات الأحداث، لاسيما بعد انتشار القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي ولتعاظم أهمية هذه الآلة تحتم على المسلمين أن يفقهوا استخدامها على وجهٍ يحقّق لهم أهدافهم، وأن يوجدوا بشكل صحيح على الخريطة الإعلامية بعد سنوات من استحواذ تيارات التغريب على هذه القنوات ذات الصلة المباشرة بالتغيير والتوجيه وصناعة الرأي العام.

ضوابط الخطاب الإعلامي للمسلمين:

الحركات الإسلامية تمر بمرحلة غاية في الدقة، تَستلزم وضع أُطرٍ تضبط خطابها، ومن هذه الضوابط:

١ـ الالتزام بالتصوُّر الإسلامي:

إعلام المسلمين لابد وأن يلتزم في محتواه ووسائله وفي كل ما ينشره أو يذيعه أو يَعرضه على الناس بالتصوُّر الإسلامي للإنسان والكون والحياة المستمدة أساساً من القرآن الكريم وصحيح السُّنَّة، وما ارتضته الأُمَّة من مصادر التشريع وهذا ما يعني:

• عدم الخوض في الثوابت العقدية والدينية.

• تجنُّب الاجتهاد في المعلوم من الدين بالضرورة، وما أجمع عليه الثقات، واتفق عليه جمهور المسلمين.

• البعد عما يضعف الأمة، ويفت في عَضُدها، فالإعلام الإسلامي يقوِّي قلوبَ الأمة، ويثبِّت جأشَها، ويصلِها بربها، ويرغِّبها في إسلامها.

٢- تمثل نظرية المسؤولية الاجتماعية:

نظرية المسؤولية الاجتماعية، هي الأقرب لتمثيل الفكرة الإسلامية إعلامياً، والأكثر تعبيرًا عن مفهوم الإعلام، الذي يحمل رسالة، وملتزم أخلاقيًّا وهو ما يسعى المسلمون لتطبيقه في عالم الواقع، وهي كذلك النظرية التي يمكن من خلالها تحقيق الصالح العام، ولجم طُغيان الأهواء الفردية.

فالإعلام الإسلامي إذا كانت قاعدته الحرية، فالمسؤولية هي قمته، وهي خاصية يمتاز بها الإعلام الإسلامي دون الإعلام الغربي الذي يطلق للحرية العِنان، مما ينتج عنه التفريط، وبها أصبح الإعلام الغربي إعلاماً إباحيًّا وفاسدًا، والإعلام الإسلامي يتوسط ويتمثل التوازن.

٣- يستهدف بناء الإنسان:

لأن الإنسان هو الهدف والغاية، وأي استثمار يُغفل الإنسان ويتجاهل عقله،استثمار لا قيمة له، ولا جدوى من ورائه؛ لأن هؤلاء البشر هم المكون الأساس في بناء الأمم وهذا يستلزم:

• الاعتماد على الأسلوب الموضوعي، القائم على التحليل والتأمُّل، واتخاذ كافة الوسائل التي تنمي ملكة التفكير لدى الإنسان، الذي يجب أن تتوجه إليه بالإقناع،لا أن تجره جراً بواسطة الغرائز، والعواطف، والانفعالات.

• تزويد الجماهير المسلمة وغيرها بحقائق الإسلام، والقضاء على المعتقدات الخاطئة والمفاهيم المغلوطة التي تسود أغلب دول العالم عن الإسلام والمسلمين.

٤- التوجه إلى خطاب الناس:

ونعني استخدام لغة تُخاطب الجميع، فلا بد أن يستقر في وعي المسلمين أن رسالتهم موجهة إلى كل الناس، وأنه من الضروري المشاركة بحضارتنا من جديد في صُنع التاريخ وترشيد سيرته وهذا ما يفرض على المسلمين الالتزام في خطابهم بالآتي:

• الاهتمام بالشأن العام والخروج من الذات الإقليمية للتواصل مع الآخرين، مع الحفاظ على الهُوية الإسلامية.

• تجنُّب المبالغة في الحديث بعاطفة فقط؛ حيث يفترض مخاطبة جمهور الناس أن نوصل معلومة مقنعة تحترم عقول الناس.

• إعطاء الثقل لنقل الخبر وتحليله والاهتمام بالسياسة الخارجية والعالمية.

٥- مراعاة الأولويات:

أن يكون فقه الأولويات عنصرًا رئيسًا في التوجهات والقرارات واختيار البدائل، فلا يتم الاشتغال بالفروع عن الأصول، ولا يتم الإصرار على أمرٍ تغلُب مضارُّه على فوائده، حتى لو كان في أصله صحيحاً.

فبعض المسلمين ما زالوا يُغردون خارج السرب، ويتحدثون في قضايا تاريخية، ويتجاهلون قضايا الساعة، وكان الأجدى تقديم أنفسهم عبر ملفات أقل التباساً وأكثر توافقاً مع المجتمع.

٦- مراعاة المآلات وردود الأفعال:

خصوصاً أن وسائل الإعلام المعادية غالبة، وهي تبحث عن مثالب المسلمين؛ سواء وجدت، أم لم توجد، والغالب عليها اتهامهم بالتعسير والتضييق على الناس، والافتقار إلى المرونة في التعايش مع المخالفين، فلا يجب أن نساعد هذه الوسائل بما يروج دعاياتها المغرضة.

٧- تبني المعايير الاحترافية والمهنية:

ونقصد بها التعامل مع مفردات العمل السياسي، وما يتصل به من الإعلام المسيس بشكل احترافي ورصين، مع ضرورة حُسن اختيار مَن يتحدث باسم الجماعات والأحزاب الإسلامية، بما يحقق الفصل بين تصوُّرات البعض، وبين مواقف التوافُق المراد الإعلام عنها.

محاذير الخطاب الإعلامي للمسلمين:

هناك عدة محاذير يجدر بالعاملين في الحقل الإعلامي من المسلمين مراعاتها، وهي:

١- الاكتفاء بردود الأفعال:

وهذا الأمر قد يجعل إعلام المسلمين يتصف بصفات، منها:

١- السلبية: إذ يظلُّ الإعلام الإسلامي معتمدًا في وجوده على ما يصدر من الآخر؛ حتى يتحرك، ولا يستطيع القيام بالحركة الأولى.

٢- الاتكالية: إذ قد يصبح الترهل عبر الأزمان، وعدم القدرة على الخلق والإبداع،هو ما يميز ذلك الإعلام؛ إذ يحتاج إلى المحفز الوقائي؛ حتى يستطيع العمل، وبذا يصبح دفاعياً في وجوده وغايته.

• فِقدان الترسيخ: حيث يظل الهمّ الشاغل لهذا الإعلام هو الدفاع، لا التبشير، أو الترسيخ.

• فِقدان الجرأة الأدبية: حيث يصبح منتظراً، لا يستطيع في أي حال من الأحوال اختراق الآخر، مكتفيًا بما يصدر عنه ؛ حتى يستطيع إيجاد الهوية الخاصة به.

• التبعية: وبذا يصبح غير فعال؛ لأنه أصبح إعلامًا مهجنًا، يعتمد في تحريك أدواته وخطابه على الإبداع الأول.

٢- سيطرة الوعاظ والتعامل مع السياسة بمنطق الفتوى:

من أكبر المحاذير التي يجب على المسلمين تجنُّبها فيما يخص قضية الخطاب الإعلامي هي سيطرة الوعاظ، وقلة عدد المفكرين والمثقفين فيه فالقضايا السياسية الترجيح فيها قائم على أساس المصلحة، وهذه المصلحة يحددها أهل الاختصاص، وأهل الاختصاص في مجال السياسة هم السياسيون.

٣- إغفال الموجات المتعاقبة مِن الكذب:

فقد يغفل بعض المسلمين الموجات المتعاقبة من الكذب، التي مع كثرة ترددها يخشى من اقتناع الجمهور بها، كما أن هناك العديد من الدراسات التي تتحدث عن وجود مناطق رمادية أو أسئلة غير مجاب عنها في خطاب الحركات الإسلامية، تتعلق بمدى قدرتهم على قبول النقد،ومدى التزامهم بالديمقراطية، وبسلمية الممارسة السياسية، وقبول التعدُّد والقدرة على بناء توافق اجتماعي، والعلاقة بين الدعوة والسياسة في نشاطهم.

وعليه يجب على الحركات الإسلامية السعي إلى إجلاء الغموض، والإجابة على التساؤلات غير المجاب عنها، بما يضمن ليس فقط إزالة الالتباس والغموض، ولكن أيضاً الاستجابة لتطلُّعات الجمهور، وإزالة لمخاوفهم المرتبطة بحقيقة نوايا تيار الإسلام السياسي، وأن يكسبوا ثِقة الشارع بتفنيدِ تلك الموجات المتعاقبة مِن الكذب.

٤- المبالغة في الحديث عن الانتصارات واستفزاز الطرف الآخر:فمفهوم المعركة يعني وجود طرف منتصر يفرض شروطه على الطرف المهزوم، وبالتالي نصبح أمام ديمقراطية من مرة واحدة، كما يحاول البعض إلصاق ذلك بالمسلمين.

ويرتبط بذلك ضرورة تجنُّب المصطلحات التي يمكن أن تستفزَّ الأطراف الأخرى، وتغليب مصطلحات تعمل على لَمِّ الشمل، وتجنب الوقوع في براثن الخطاب المثير للمخاوف والهلَع؛ حيث يفترض في خطاب المسلمين التحدث بصيغة تُطمئن الجميع، وعليهم أن يقنعوا شعوبهم أولاً ثم العالم الغربي أن الإسلام غير مخيف كما تتصوره الدوائر الغربية، بل هو أكبر ضمان لحقوق الإنسان والأقليات.

٥- الوقوع في فخاخ الإعلام المعادي:

وما يجب التحرُّز منه هو التصريحُ للإعلام أو في المؤتمرات بما يُسهِّل على الإعلام المعادي التشهير بالمسلمين، فهم خبراء في قلْبَ الحقائق واجتزاء النص، وتسريب الكذبة من خلال سؤال يبدو بريئًا؛ لأن كل قضية الآن يمكن تسييسها أو وضعها في إطار سياسي معين، يحاول بها البعض الإساءة إلى المسلمين، والبراءة الشديدة تدفع رموز هذه الحركات إلى المبادرة بالإجابة العفوية على أي سؤال أو استفزاز فكري بشكل مباشر وصارم، رغم أنهم غير ملزمين بذلك، ولا يوجد من يضطر للإجابة على أي سؤال.

أخطاء الإعلام الإسلامي التقليدي:

شهدت فترة ما بعد الثورة تنامي حضور الحركات الإسلامية على شاشات الفضائيات في العالمين العربي والإسلامي، وارتبط هذا التنامي بالدور المتصاعد للحركات الإسلامية، وما تحقّقه من تقدُّم في عديد من الاستحقاقات السياسية، وما يرتبط بذلك من جدلٍ على أكثر من صعيدٍ، وفي أكثر من دائرة.

وتبقى المشكلة أن مناخ القمع المتتالي لم يسمح من قبلُ بتطور الخطاب الإعلامي الخاص بالحركات الإسلامية، فلم تتم دراسته بطُرق عملية في إطار عام من الحرية، وهو الأمر الذي ألقى بظلال سلبية على خطاب تلك الحركات وممارستها الإعلامية.

وفي محاولة للوقوف على أداء المسلمين في الإعلام، نرصد الأخطاء التي وقت فيها تلك الحركات،مقسمة على الخريطة التقليدية للإسلاميين، على الوجه التالي:

١ - هيمنة الطابع المحلي والشخصي:

غالب وسائل الإعلام المحسوبة على المسلمين لم تستطع أن تتخلص من الطابع المحلي للبلد الذي تبث منه، خصوصاً الاهتمام بالأحداث القُطْرية، على حساب قضايا الأمة والأحداث العالمية، كما ورد هيمنة الطابع الشخصي لمالكيها، أو القائمين عليها، فتؤثر على السمة العامة لبرامجها، وعلى مستواها المهني.

في حين أن عالمية رسالة الإسلام تقتضي أن تعرض وسائل الإعلام لعلاج القضايا ذات الطبيعة العالمية، التي تؤثر في البشرية كلها؛ مثل: قضايا العولمة وصراع الحضارات؛ لتثبت دائماً للعالم أن تلك الحركات جزء من مليارات البشر الذين يعيشون في هذا العالم، وأن من حقها أن تتبادل وجهات النظر ،وأن تقدم للعالم خير ما لديها في المشكلات المتباينة من منظور إسلامي.

٢- غلبة السمات الحزبية:

ونقصد بذلك تخليق خلافات من الفراغ لا تصب أبدًا في الصالح العام؛ حيث تقع غالب الحركات الإسلامية في فخ إنتاج صراعات جديدة، وتنقل خلافها على الهواء بعد أن كان سجين الكتب والمقالات؛ حيث يسعى كل تيار إلى إثبات أنه الخطاب الوحيد المعبر عن الإسلام.

فمجال العمل الإعلامي الإسلامي، لم يصل بعدُ إلى التغلب على التعصب الحزبي، أو السمات الحزبية، فالضيف غالبًا، إلا في بعض الحالات أو النماذج، يكون واجهة لحزبه أو تياره، مظهرًا لغيره من التيارات، أو الحركات بصورة التطرف، محاولاً ترويج رسالته على حساب التيارات الأخرى.

٣- الافتقار إلى عناصر التميز والاكتفاء بالتقليد:

غالب الحركات الإسلامية في سعي دؤوب لاستخدم الأدوات الحديثة، وتتسابق فيما بينها على اقتناء أكثر الأجهزة والوسائل جِدَّة، وهذا السعي الدؤوب للوجود الإعلامي لم ترافقه مساع لإنتاج خطاب إعلامي حديث ومتميز، بل كان التكرار والتقليد هو السمة العامة للمادة الإعلامية المطروحة، وربما يعود ذلك إلى قناعة باتت راسخة عند الكثير من المسلمين اليوم، بمن فيهم أو على رأسهم المنادون بضرورة التجديد، بأن التجديد والمعاصرة يأتيان من خلال تحديث الأُطر والأدوات والمظاهر المستخدمة، وأن الفرق بين الجديد والقديم، وبين الحداثة والتقليد هو أن الأولى تقبل تجديد الأدوات والآلات والمظاهر، بينما الثانية ترفضها وتتهيَّب منها.

فالجماعة التي تضع لها مواقع على الإنترنت وتبث أفكارها عبر الفضاء الحر، تعتبر تجديدية، بينما الجماعة التي تُصِر على بث الأشرطة،أولاتزال تعتمد على المنشورات الورق لبث أفكارها، والتعبير عنها، متخلفة وتقليديَّة، بغض النظر عن عمق أو ضآلة المادة الإعلامية المطروحة، والثقافة المراد إيصالها إلى الرأي العام.

وعند التتبُّع سنجد أن أغلب المشاريع الإعلامية الإسلامية من صحف ومجلات وإنترنت، إلى إذاعات وقنوات فضائية، لم تقدم مادة جديدة ومقنعة، إنما عملت على إعادة إنتاج خطابها القديم بحلة جديدة، وتقنيات حديثة، وخاصمت عن عمد في بعض الأحيان، وتجاهلت في أحيان أخرى للدراما التلفزيونية والسينما.

٤ـ تشتُّت أولويات الخطاب الإعلامي:

من الواضح تضارُب أجندة الحركات الإسلامية وعدم حسمها، واستمرار التجاذب الحادث بين أولوية الديني العقدي والسياسي الاجتماعي، ورغم ذلك فإن محاولة إيجاد معالجة جادة لهذا التجاذب، أو السعي للخروج بصيغ متوازنة لإزالة هذا التزاحم، لا تزال محدودة للغاية.

ويعود السبب في ذلك إلى إهمال الشأن الفكري والسياسي الاجتماعي داخل أغلب الجماعات الإسلامية، وتقديم الجوانب الأخرى عليه.

٥ـ سطحية وعدم وضوح الرؤية:

اتَّسم أداء غالب الحركات الإسلامية الإعلامي بعدم وضوح المواقف، وتشتت الآراء، فمرة هي أقرب إلى الاعتدال والوسطية، ومرة أقرب إلى التشنج والعصبية، ومرة خطابها متلبس بالوطنية، وأخرى غارق في المذهبية؛ حيث أن المستهدف في خطابها الإعلامي غير محدد المعالم، والهدف من مشروعها الإعلامي غير واضح الركائز، ولا يتَّكئ على رؤية علمية، والنتيجة أن عدداً كبيراً من هذه المشاريع تعاني فعلاً من غياب المادة الصالحة للعرض، التي ينبغي أن تصب في خانة تنمية الإنسان أولاً وأخيراً

فالمشاهد أن الوسائل الإعلامية في يد المسلمين تُصر على طرح القضايا دون عمقٍ، وتعالج القضايا الاجتماعية والسياسية بنظريات قديمة، وهو أمر مثير للاهتمام إذا قارنا هذا الأداء بمستوى الحضور الإسلامي في الشارع الذي يفرض عليها صياغة خطاب إعلامي جديد، يتَّسم بالوضوح والتركيز على القضايا الجوهرية.

٦- الافتقار إلى الأدوات المكملة:

فالتيارات التي يغلب عليها العمل السياسي، تكون غالباً مفتقرة إلى التأصيل الشرعي الجيد، والتيارات التي يغلب عليها التوجه العلمي الشرعي، يغلب عليها الضَّعف في المجالات السياسية أو العسكرية أو الاقتصادية، والتيارات التي يغلب عليها التوجه الدعوي تفتقر أيضاً إلى التأصيل الشرعي والبعد السياسي.

وليس هناك تنسيق أو تعاون أو تكاملٍ في الأدوار بين هذه الحركات وبعضها،وهو الأمر الذي أظهر تبايناً واضطراباً كبيراً في الإعلام المحسوب على المسلمين، يؤثر في قدرته على الوصول للجمهور بصورة صحيحة تحقِّق الأهداف المرجوة.

٧- غلبة الطابع المثالي:

تعاظم الفرق بين الواقع المقدم في خطاب بعض الحركات الإسلامية، خاصة السلفية منها، والواقع الذي يعيشه المشاهد؛ مما ينشأ عنه في الغالب إما العزلة والانكفاء، أو العنف في بعض الحالات، أو صعوبة التعامل مع الواقع لصعوبة إصلاحه، فالعقل الباطن قد اختزل صوراً مثالية تشكّلت فى برامج السيرة التي تعرض سير السلف وشجاعتهم بغير الطبيعة البشرية التي تخطئ وتُصيب، ومن ثم يصعُب على الجمهور التطبُّع مع بشرية الذين في واقعهم، أو تمثل تلك النماذج، وهو ما يعني غياب عشرات الساعات من البث دون فائدة حقيقة.

٨- تجنب القضايا الاجتماعية والتنموية:

يعد اقتراب التجاهل هو السمة الغالبة لخطاب التيار السلفي على وجه الخصوص،فوسائل إعلامها تكاد تخلو من الإشارة إلى المجال الاقتصادي والمشكلات الاقتصادية، فالاهتمام منصب على علم العقيدة والحديث والعبادات، دون الخوض في القضايا الاقتصادية على اعتبار أن إصلاح عقيدة الفرد المسلم على رأس الأولويات، ثم يأتي في المرتبة الثانية التزام الشعائر الدينية والهدي النبوي الظاهر، أما أحوال الأمة ومشكلاتها الاقتصادية، فستحل تلقائياً بمجرد إصلاح العقيدة والعبادة.

أما اقتراب ما يسميه البعض بالاقتراب العلماني من حيث كونه يفصل بين الدين والسياسة والاقتصاد فنلحظه في خطاب بعض علماء السلفية المعاصرة الذين يقصرون اهتمامهم على تذكير الفرد بأهمية الزهد، وما كان عليه السلف الصالح من زهد في الدنيا واستغناء عنها، فتتعدد الأشرطة التي تتناول نعمة الفقر وفضله، وكيف كان الرسول وصحابته يعيشون في فقر مُدقع، لكنهم مع هذا فتحوا الدنيا ونشروا الإسلام، وأحاديث تتناول ذمَّ الترف والوعيد للأغنياء.

ولا يخفى على أحد ما لهذا من تداعيات خطيرة، تلقي الوهن في نفوس عامة المسلمين، فلا حاجة للتنمية ولا لإيجاد سبل لحل المشكلات الاقتصادية المعاصرة؛ لأن الدنيا زائلة والآخرة خير وأبقى، والفقير أفضل عند الله من الغني.

٩- غموض المواقف:

غموض الموقف أثناء الثورة، فرغم أن بعض السلفيين شاركوا كأفراد في المظاهرات، فإن رموز هذا التيار تشتَّت مواقفهم، فالغالبية بقيت على موقفها التقليدي الرافض للمظاهرات، باعتبارها خروجاً على الحاكم، وقد خرج بعض هؤلاء على التليفزيون الحكومي أثناء الثورة؛ لينتقد المتظاهرات والمتظاهرين، في حين انحاز البعض لمطالب المتظاهرين، إلا أنه لم يصل حد تأييد مطلب تغيير النظام، كما أن هناك من التزم الصمت التام.

واستمر الغموض حول بعض القضايا التي تتداول في الساحة؛ مما ترك للإعلام المعادي الفرصة لتكييف خطاب خاص، وفرضه فرضاً على التيار السلفي، الذي ينقلب حينها ليدافع عن نفسه ويبرئها، وكان الأحرى به أن يُبادر ويزيل الغموض الذي يكتنف موقفه حيال القضايا العالقة.

١٠- السقوط في فخاخ الإعلام:

فمع أن السلمين يدركون أن القطاع الأكبر من الإعلام لا يتعاطف معهم، بل ويتصيد لهم الأخطاء، إلا أنهم وقعوا في العديد من الفخاخ التي نُصبت لهم، فمثلاً أحد المشايخ سئل في لقاء عن موقفه من الأهرامات والآثار الفرعونية، فاقترح تغطيتها بساتر من البلاستيك، معتبرًا ذلك موقفًا متقدماً؛ لأنه لم يطالب بهدْمها، لكنه في الحقيقة كان يقدم فرصة سانحة للإعلام؛ كي يسخر ويهاجم السلفيين، وتكرر الأمر مع فخاخ أخرى عن الولاء والبراء، وهدم الأضرحة.

١١- الاشتباك مع المهاترات والانزلاق لمعارك وهمية:

ويرتبط بما سبق الانزلاق لمعارك وهميَّة، فالحديث عن تغيير المادة الثانية من الدستور، لم يكن سوى معركة مفتعلة، خاضها المسلمون بكامل ثِقَلهم، رغم أنه لم يكن هناك أي اقتراب من المادة تعديلاً أو إلغاءً، كما روَّج البعض.

ورغم أن التعديلات الدستورية التي طُرحت للاستفتاء لم تتضمن أي إشارة لهذه المادة، فإن البعض واصل المعركة، واعتبر الاستفتاء معركة على هُوية مصر، ووظفت مئات المنابر من أجل الدعوة لتأييد التعديلات، وصدرت فتاوى توجب هذا التأييد.

١٢- تغليب المنحى الثوري والطائفي:

الحركات الإسلامية المسلحة التي تعاني أساساً من انحسار قواعدها الشعبية، اتَّسم ظهورها الإعلامي بمحاولة لفت الانتباه، فاتخذت منحى الإثارة الطائفية والمذهبية، ويمكن رصد ارتفاع حدة التوتر المذهبي جراء كثرة الرسائل الطائفية التي تبث من قِبَل أنصار هذا التيار، والدور الذي لعِبته الوسائل المحسوبة على هذا التيار في تأجيج الفتنة المذهبية.

مضمون الخطاب ومرتكزاته:

خطاب الحركات الإسلامية يركز على عدة جوانب:

١- أن يكون الخطاب الإعلامي متسامحاً مجمعاً، لا تصادميًّا مُنفرًا.

٢- أن يكون مزيلاً للشبهات؛ سواء منها التي تتعرض للإسلام كمنهج، أو تلك الشبهات التي تساهم في تشويه صورة المسلمين.

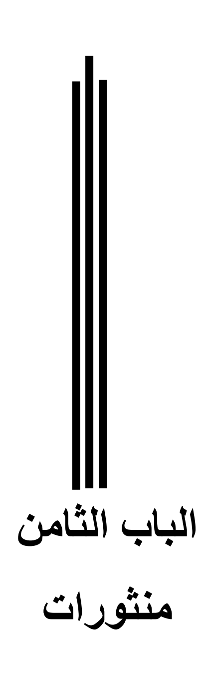
٣- التركيز على التوعية العامة للناس لكثير من المفاهيم المختلطة، كمفهوم الدولة الإسلامية، وكيف أنها تختلف تماماً عن الدولة الثيوقراطية، ومفهوم الجهاد الإسلامي، وبيان دوافعه في الإسلام.

٤- أن يكون الخطاب مطمئنًا؛ كشرح موقف الإسلام من النصارى، وبيان حرية الاعتقاد في الإسلام، وأنه لا إكراه في الدين، وأن أكثر مخاوفهم إنما تنتج من سوء فَهم للإسلام، أو من سوء عرضٍ لمفاهيم الإسلام.

٥- التركيز على القضايا ذات البعد الجماهيري التي تَحظى باهتمام شعبي قوي، وأن يَبتعد الخطاب عن القضايا التي تَظهر للناس بالمظهر الفئوي.

٦- أن يكون شاملاً لكافة مناحي الحياة ومجالاتها، وأن يكون قادرًا على ترسيخ قيمة الشمول، وأنه جاء لسعادة الفرد في كافة مناحي الحياة.

٧- أن يكون عالِمًا بمتطلبات العصر وتطبيقات المرحلة، ويتبنَّى هموم الأمة، ويشعر رجل الشارع بأن من يتحدث يَملِك حلاً إسلامياً عمليًّا لا مجرد نظريات.



الباب الثامن

منثورات

الإعلام بين الإفساد ونصر الإسلام

هناك وسائلَ للشّرِّ تكاثرَت وتعدَّدت وتنوَّعَت الأساليب، وكلُّها تهدِف إلى هدفٍ واحد؛ زعزعةِ عقيدةِ المسلم قبل كلِّ شيء، إضعافِ الإيمان في قلبه، تشكيكه في ثوابتِ دينه، وفي قِيَم إسلامِه وأخلاقه، البُعد به عن الفَضائلِ وتهوين الرذائل، والسَّعي في مَسخ الفِطَر والقِيَم والأخلاق الكريمة.

والعالَمَ يشاهِد اليومَ نهضة إعلاميّة عظيمة، تمثَّلت في قنواتٍ فضائيّة متعدِّدة مختلِفة الاتّجاهات، فما بين قنواتٍ أخذت على عاتِقِها حَربَ العقيدة السليمة والطَّعن فيها وتَشكِيك المسلم فيها، وما بين قنواتٍ فضائيّة أخذت على عاتقِها تدميرَ قِيَم الأمة وأخلاقها، وما بين قنواتٍ فضائيّة اتَّخذت مسارًا آخَر لتفكيك الأمّة والطعن في بعضها البعض، ومحاولة إيجاد البغضاء بين الشعوبِ الإسلاميّة.

وواجب الإعلام الإسلاميّ أن يكونَ له تميُّزٌ خاصّ، وأن تكونَ برامجُه برامجَ هادِفة،ومُسلسَلاتُه هادِفة، تبني القِيَم والفضائلَ، وتوضح للأمّة الحقَّ، وتعالج مشاكِلَ الأمّة مِن قريب أو بعيدٍ بالعلاج الشرعيّ النافع، الذي يجعَل هذه الوسائلَ مِنبرَ توجيهٍ وإرشاد، ومَتى انحرف الإعلام عن مساره الصحيح، فإنَّ أضراره ومفاسدَه ومساوئَه تكون كثيرةً، فقد ولَج الإعلام كلَّ بيت، وأصبح بمقدورِ كلِّ إنسان أن يشاهِد ويرَى ما يُبَثّ من العالم يشاهِده، فهو في منزله يتحكَّم ويرَى، ويَرى وينتقِل من هذا إلى هذا، لكن إن تحصَّن بالوحي، وتمسَّك بالهُدى وصارَ عندَه فرقٌ بين الحقِّ والباطل، وبين الهدَى والضلال؛ لم تخدعه تلك الآراءُ، ولم يغترَّ ويُعجَب بتلك الأفكار والأطروحات السيِّئة.

إنّ الإعلامَ الإسلاميّ متى أخذ على عاتقِه الدعوةَ إلى الإسلام وفضائله، وتبيين الهدى من الضلال، وصَارَ طابعه ومظهَره طابعاً ومظهراً إسلامياً في كلِّ الأمور، ليكونَ أعلامنا إعلامًا متميِّزًا، وهادِفًا للخير، يتحسَّس مشاكلَ الأمّة ويعالجها العلاجَ السليم، فعند ذلك يتحوَّل الإعلام إلى خيرٍ بتوفيقٍ من الله٠

<u>الأحكام الشرعية بين وسائل الإعلام والإسلام</u>

لا يزال الإسلام وأهله، وأحكامه وشرائعه، يتلقَّون ضربات وافتراءات من قِبَل مَن لا يرقبون في الإسلام وشرائعه إلاً ولا ذمَّة، ولا إيمانًا ولا عهدًا ومن شر البليَّة اليوم ألاّ يخوض في الإسلام وأصوله وثوابتِه أهل الكفر فحسْب، بل تعدَّى الأمر إلى أُناس يلبسون لباسنا، ويتكلَّمون بألسنتِنا، ويعيشون فيما بيننا، وينْتمون بهويَّتهم وعقيدتهم إلى دينِنا وشريعتِنا، ثمَّ هم يتلاعبون بهذا الدّين وأصوله وثوابته، ويُحاولون جهلاً منهم أو عمدًا التَّلاعُب والعبث بكثيرٍ من أحكامه وشرائعه، كما أنَّهم أبانوا من خِلال ذلك عن عوَرهم وخطئِهم، وقلَّة بضاعتهم ومعرفتهم بحقيقة الإسلام وأحكامه.

ومن ذلك وسائل الإعلام المرئي منها والمسموع، وكذلك المقروء منها،على حدٍّ سواء، حيث أبانتْ بعض هذه الوسائل عن كثيرٍ من أصْحاب الأهواء والبِدَع من جانب، وأصحاب التَّغْريب والتَّقليد الأعْمى والمنافقين من جانبٍ آخَر، وهُنا لنا عدَّة مَحاور نقِف معها سريعًا في بيان بعض صور الانحِراف الإعْلامي عن المنهج الصَّحيح السويّ:

أوّلاً: صور خطيرة من انحراف وسائل الإعلام:

بالتّأمُّل والبحث يقِف جزءٌ من هذه الوسائل الإعلاميَّة تحت المسمَّى الإسلامي، والرّسالة الإسلاميَّة الهادفة، ويقف البعض الآخر تحت أيّ مسمًّى آخَر، لكن المؤلم حقًّا أن يتمَّ في بعض برامجها التعرُّض لأحكام شرعيَّة ثابتة في كتاب الله تعالى، وسنَّة رسوله ص وإجْماع الأمَّة الإسلاميَّة،من خلال عدَّة صور ومَحاور، منها على سبيل البيان والمثال:

١- التَّهوين من وجود الخلافات الواضحة والصَّريحة بين بعض الفرق المنتسبة للإسلام جملة لا تفصيلاً، ومحاولة إبرازها في ثوبٍ إسلامي صحيح، وأنَّها جزءٌ من المسلمين، ولا خلافَ بيْننا وبينهم.

وأوْضح مثال على ذلك الخلاف السنّي الشّيعي الإمامي على وجه أخصّ، حيث تلعب بعض وسائل الإعلام مثلَ هذا الدَّور، الخفي تارة والمعلن تارة أخرى بين الحين والحين، ويتذرَّع هؤلاء بأنَّ التَّعريف الصَّحيح بعقيدة الشّيعة وغيرهم كغلاة الصّوفيَّة وأقطابهم، يعود على الأمَّة الإسلاميَّة بالتَّقسيم والتفرّق والتشرذُم، وهذا عينُ الجهل، وقلَّة العلم، ولا حاجة لذكر هذه الوسائل المرئيَّة والمسموعة وغيرها.

لكن حسبنا أن نبين شيئًا من ذلك: فالشّيعة الأول لربَّما يتأوَّل لهم بعض أهل العلم بحُسْن النَّوايا منهم، وسوء الفهم لنصوص الكتاب والسنَّة، إلاَّ أنَّ شيعة زمانِنا لا يتأوَّل لهم بذلك إلاَّ السوقة والجهلة منهم ومن عامَّتهم، أمَّا علماؤُهم وأئمَّتهم الَّذين يزعمون فيهم العِصْمة والرِّفعة والتنزُّه عن الصغائر والكبائر معًا، لربَّما لا يغتفر لهم ذلك.

فعوام الشّيعة وسوقتهم وجهَلتهم قد يتأوَّل لهم أهل العلم بحُسْن النَّوايا وعدم علمهم بما يشتمل عليه مذهب الشيعة الإماميَّة الَّذي ينتسبون إليه من كفرٍ بواح، أمَّا علماؤُهم وأئمَّتهم فكيف يتأوَّل لهم، وكيف يعذرون في إقامتهم على هذا الكفر ودعوتِهم إليه، بعد أن طفحتْ به كتُب علماء مذهبهم قديمًا وحديثًا وهم على علمٍ صحيح بما وقعوا فيه من التَّحريف والتَّأويل الباطل، بل وإنشاء النّصوص والأدلَّة المزعومة من كتُب أئمَّتهم وعلمائهم على صحَّة مذهبهم الباطل في جملته، وتكفيرهم وسبّهم لأصحاب النَّبيّ ص، ورضي الله عنهم جميعاً بل وتفسيراتهم الباطلة لنصوص الكتاب والسنَّة، بل والمناقضة لها أشدَّ التَّناقض في حقّ علي رضي الله عنه - وفاطمة والحسن والحسين - رضي الله عنهم جميعًا.

يقول نعمة الله الجزائري: إنَّنا لا نَجتمع معهم يقْصِد أهل السنَّة على إلهٍ ولا على نبيٍّ ولا على إمام؛ أنَّهم يقولون: إنَّ ربَّهم هو الَّذي كان محمَّد نبيَّه، وخليفته من بعده أبو بكر ونحن نقول: إنَّ الربَّ الَّذي خلق خليفة نبيِّه أبا بكرٍ ليس ربَّنا، ولا ذلك النبيُّ نبيّنا.

وكذلك قولهم بتحْريف القرآن، ولا أريد أن أنقل كثيرًا من كلامهم كما جاء في الكافي عن جعفر بن محمد الصَّادق قوله: عندنا مصحف فاطمة عليها السَّلام وما يُدْريهم ما مصحف فاطمة؟! مصحف فيه مثل قرآنِكم هذا ثلاث مرات، والله ما فيه من قرآنِكم حرف واحد.

ويقول محمد باقر المجلسي: إنَّ كثيرًا من الأخبار صريحة في نقْص القرآن وتغْييره، ومتواترة المعنى.

وقال نعمة الله الجزائري: الأخْبار مستفيضة بل مُتواتِرة، وتدلُّ بصريحِها على وقوع التَّحريف في القرآن كلامًا ومادَّةً وإعراباً.

ويقول الخميني: لقد كان سهلاً عليهم أي على الصحابة الكرام أن يُخرجوا هذه الآيات من القرآن، ويتناولوا الكتاب السماويَّ بالتحريف، ويُسدِلوا الستار على القرآن، ويُغيِّبوه عن أعين العالمين إنَّ تهمة التَّحريف الَّتي يوجِّهها المسلمون إلى اليهود والنَّصارى، إنَّما ثبتتْ على الصَّحابة.

وجاء في فصل الكتاب عن النوري الطبرسي أنَّ الصَّحابة ما صانوا أمانة القُرآن حتَّى أسقطوا آية الولاية من سورة الشرح، ألَم نشرح لك صدرك، وهي: ورفعنا لكَ ذكرك، بعليٍّ صهرك.

لكنَّ الأدهى من ذلك في الواقع المعاصر اليوم أن تتحوَّل الشّيعة من مذهب وفرقة تنتسب إلى الإسلام بما لديْها من أفكار ومعتقدات وأهواء، تتحوَّل إلى مذهب سياسي، له قواعده وأصوله وأفكاره ومناهجه، فمنذ نشْأة ما تسمَّى بثورة الخميني الخمسينيَّة لاجتياح العالَم الإسلامي وتشْييعه، والدَّولة الفارسيَّة تتفاخر بأنَّها فارسيَّة الأصل والنَّسب والمعتقد كذلك.

بل وتسعى كذلك بما تملك من مقدَّرات للتدخُّل المباشر وغير المباشر في شؤون المسلمين هنا وهناك، ومُحاولات كثيرة من ذلك قد نشأتْ كهذا الحزب الذي يسمَّى بحزب الله وما هو بحزب لله، وكذلك تدخُّلهم في شؤون العراق.

بل ونصْب المحارق والمشانق لأهل السنَّة هناك، الواقع العراقي اليوم خير شاهد على ذلك، ولم يلبث الشّيعة أن سعَوا بجهود خفيَّة تارة ومعلنة تارة لتشْييع العالم الإسلامي، وزيادة المدِّ الشّيعي الماكر فيه، وعلى رأسِه بلاد الحرمَين ومهبط الوحْيَين السعوديَّة وأرض الكنانة مصر، ومحاولة استرْجاع دولة العبيديّين والفاطميّين التي اجتاحت العالَم الإسلامي منذ قرون ليستْ بالبعيدة، وانتشارهم في البحرَين والكويت والإمارات وغيرها من الدُّول الإسلاميَّة والعربيَّة.

وممَّا يؤسف له حقًّا أن تفتح لهم بعض الدُّول وتتيح لهم الحركة والحرّيَّة تحت مسمًّى حرّيَّة الأفكار والمعتقدات، حتَّى إذا وقعت الكارثة وبان الخفي من المكْر والعبث، اضطرَّت لاتّخاذ الإجراءات اللازمة، وهذا لا ريب نوعٌ من العبث بمعتقدات الأمَّة أن تسمح دول أهل السنَّة، أن يسبَّ أصحاب الرَّسول ص بل وزوجاته الطَّاهرات العفيفات، وأن يكفِّروا أعلام الأمَّة وأسيادها من أمثال الصّدّيق والفاروق وعثمان، ممَّن زكَّاهم القرآن وزكَّاهم النبيُّ ص وأن تؤسَّس لهم مقارّ ومؤسَّسات تحت أسماء ومسمَّيات، فهذا كلّه ممَّا يؤسَف له حقًّا في بلاد تقرّ بالتَّوحيد وتوقِّر الصَّحابة وتقرأ القُرآن في حقِّهم.

لقد تحوَّل مسارهم إلى مطامع سياسيَّة وجغرافيَّة، إلى كونهم معتقدًا خبيثًا ماكرًا جمع من كلّ ملَّة ما يهوى، وخلط ما بين الإسلام واليهوديَّة تارة والنَّصرانية تارة أخرى والصوفيَّة وغيرها، كما جاء عند الكليني في أصول الكافي عن زرارة بن أعين: ما عُبِدَ اللهُ بشيءٍ مثل البداء.

كما يروي عن أبي عبدالله زاعمًا أنَّه قال: ما تنبَّأ نبيٌّ قطّ حتَّى يُقرَّ لله بخمْس: بالبداء والمشيئة والسّجود والعبوديَّة والطَّاعة، وهذا البداء يعني أن يظهر الأمر بعد أن كان خافيًا، وفي هذا تنقُّص لجناب الله تعالى.

إنَّ الشّيعة خطر قادم ومكْرٌ داهم، إذا لم يتنبَّه له المسلمون عامَّة، وعلماء الأمَّة والدعاة وكذلك السَّاسة وأصحاب القرار خاصَّة، وإلاَّ إن كنَّا نتخوَّف من الخطر الصهْيوني اليهودي والخطر الغربي الصَّليبي فأقول: إنَّ الخطر الشّيعي هو الخطَر والخندق الحقيقيّ القريب إليْنا؛ لأنَّه يلبس لنا عباءة الإسلام والتديُّن المزعوم، ولأنَّ كثيرًا من النَّاس من اليسير جدًّا أن ينخدع بدعاوى محبَّة أهل البيت والتغنِّي بذلك، فإذا به في شراك القوم وهو لا يدْري وهذا الدَّور يمارسه بعض وسائل الإعلام، حيثُ الدَّسّ والتَّدليس والتَّأويل الَّذي لا محلَّ له فى الشَّريعة الإسلاميَّة.

ثمَّ تنادي هذه الوسائل بالتَّقريب بيْننا وبين الشّيعة، كما تنادي تماماً بالتَّقارُب بين الأديان، ولست أدْري ما هي صورة التَّقارُب المثلى التي يسعَون إليها حثيثاً، وأيّ نتائج سيجمعون منها؟!

٢- التَّلاعب بأحْكام الشَّريعة الإسلاميَّة وثوابتها،من خلال ما يسمَّى بالاستِطلاعات على المواضيع ومناقشتها، وهذا من أخطر صور الانحِراف المعاصر، فيتمّ عرْض موضوع من موْضوعات الشَّريعة الإسلاميَّة كغيره من الموضوعات، ليتمَّ الاستِفْتاء والاستطلاع عليه، وجمع آراء مَن يفقه شيئًا مِن الإسلام ومن لا يفقه، ومَن يَعلم ومَن لا يعلم، ومِن ذلك:

• مناقشة حدّ الرّدَّة في الإسلام، وهل يتعارض مع الحرّيَّات الدينيَّة أم لا؟ وهل تُوافق برأيك لا بحُكْم الإسلام طبعًا على تطْبيقه أم لا توافق؟

• تطْبيق الشَّريعة الإسلاميَّة وأنظِمة الحكم الإسلامي في القوانين، هل تؤيد ذلك أم لا تؤيد؟

• الحجاب الشَّرعي على المرأة المسلمة، هل تؤيده أم لا؟ وهل يشكّل الحجاب عائقًا على المرأة وعملها أم لا؟ شارك برأيك.

• عمل المرأة المسلمة لغير ضرورة - يعني على إطلاقه - هل تؤيِّد ذلك أم لا؟

• الختان للإناث، هل هو ضرَر لها؟ هل تؤيده أم لا؟

• الاختِلاط بين الرّجال والنّساء في الجامعات والمنتديات والتجمُّعات والإعلام والعمل، هل تؤيده أم لا؟

• حظْر المشروبات الكحوليَّة يعني في الإسلام الخمر وما قام مقامها من المسكرات والمفتّرات والمخدّرات هل توافق وتؤيد الحظْر؟ هل أنت معه؟ أم مع عدَم الحظر وحرّيَّة الأفراد؟

كلّ هذه القضايا الشَّرعيَّة الكبيرة، تتعرَّض من بعض وسائل الإعلام المسمَّى زورًا إسلاميًّا، أو غير إسلامي، تتعرَّض إلى تلاعب وعبَث من هؤلاء، وهذه جريمة كبيرة، وانحراف عن الصِّراط المستقيم، لماذا؟لأنَّ هذه القضايا والأحكام جاءتْ بها الشَّريعة الإسلامية واضحة بيّنة، وما كان فيه خلاف واجتهاد معتبَر بأدلّته بين أهل العلم فهو واضح وجليّ، فالحجاب جاء في الكتاب والسنَّة، وتحريم الخمور حرَّمه الله في كتابه، وحدُّها ثابت بالسنَّة النبويَّة، وكذلك حدّ الرّدَّة عن الإسلام.

وكذلك لأنَّ الإسلام ليس موضوعًا للاستبْيان والاستطلاع حاشا شريعة الإسلام ذلك وليس موضوعًا للنقاش والحوار بين مَن يعلم ومَن لا يعلم، هل تؤيِّد أم لا، هل توافق أم لا؟ كلاَّ، كلا إنَّما الإسلام فى الأصْل مرجع لكلّ نقاش وكلّ خلاف، كما قال تعالى مبينًا ذلك في كتابه: (وَمَا اخْتَلَفْتُمْ فِيهِ مِن شَيْءٍ فَحُكْمُهُ إِلَى اللهِّ ذَلِكُمُ اللهُّ رَبِّي عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ) [الشورى: ١٠]،.

ثمَّ إنَّ هذا تعدٍّ على حكم الله تعالى ورسوله ص كما قال تعالى: (وَمَا كَانَ لِمُؤْمِنٍ وَلاَ مُؤْمِنَةٍ إِذَا قَضَى اللهُّ وَرَسُولُهُ أَمْرًا أَن يَكُونَ لَهُمُ الْخِيَرَةُ مِنْ أَمْرِهِمْ وَمَن يَعْصِ اللهَّ وَرَسُولَهُ فَقَدْ ضَلَّ ضَلاَلاً مُّبِينًا) ثمَّ إنَّه طريق إلى الفتنة والخروج عن منهج الله تعالى ورسوله ص كما قال تعالى: (لاَ تَجْعَلُوا دُعَاء الرَّسُولِ بَيْنَكُمْ كَدُعَاء بَعْضِكُم بَعْضًا قَدْ يَعْلَمُ اللهُّ الَّذِينَ يَتَسَلَّلُونَ مِنكُمْ لِوَاذًا فَلْيَحْذَرِ الَّذِينَ يُخَالِفُونَ عَنْ أَمْرِهِ أَن تُصِيبَهُمْ فِتْنَةٌ أَوْ يُصِيبَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ) [النور: ٦٣].

فإذا قام الإعلام بجعل هذه القضايا والمحاور والثَّوابت موضوعًا لآراء وعقول النَّاس، فقد وقع في منزلق خطير، وانحراف جارف، يأخذ أصحابه إلى الهاوية، وما أدراك ماهيه، نار حامية!

لأنَّه لا يحلّ لمسلم أن يناقش ويجادل الله في حكمه وشريعته؛ لأنَّ هذا طريق الكفر والضَّلال؛(وَمَا كَانَ لِمُؤْمِنٍ وَلاَ مُؤْمِنَةٍ إِذَا قَضَى اللهُ وَرَسُولُهُ أَمْرًا أَن يَكُونَ لَهُمُ الْخِيَرَةُ مِنْ أَمْرِهِمْ وَمَن يَعْصِ اللهَّ وَرَسُولَهُ فَقَدْ ضَلَّ ضَلالاً مُّبِينًا) .

وهو أيضًا يتعارض مع صحيح الإيمان بالله ورسوله؛ (فَلاَ وَرَبِّكَ لاَ يُؤْمِنُونَ حَتَّىَ يُحَكِّمُوكَ فِيمَا شَجَرَ بَيْنَهُمْ ثُمَّ لاَ يَجِدُواْ فِي أَنفُسِهِمْ حَرَجًا مِّمَّا قَضَيْتَ وَيُسَلِّمُواْ تَسْلِيمًا) [النساء: ٦٥].

ثانيًا: صور خطيرة من انحراف المسلمين.

ثمَّ بالوقوف مع أمثِلة هذه النَّوعيَّة الخطيرة من البرامج والموضوعات،وما يتمّ فيها من أخذ عيّنات من الاستِبْيان والاستطلاعات ، وأصوات الجماهير من هنا وهناك، يظهر لنا عدَّة أمور خطيرة كذلك، منها:

١- ضحالة الثَّقافة الإسلاميَّة عند المسلمين:

لأن المتابع البصير يرى من هؤلاء مَن لا يعلم حكم الله ورسوله، أو حكم الإسلام الصَّحيح في الموضوع الذي يسئل عنه، فكثيرٌ من هؤلاء لا يعلم حكم الإسلام الشَّرعي في الحجاب، وأنَّه فرض عين على كلّ مسلِمة بالغة مكلَّفة، ويُلْزمها بذلك ولِي أمرِها والقائم عليها من أبٍ وأمٍّ وزوج ونحو ذلك.

ومنهم مَن لا يعلم حُكْم الإسلام الشَّرعي في حدّ الرّدَّة على المرتدّ عن الإسلام، وأنَّه القتل، ويقيمه وليُّ الأمر أو مَن ينوب عنه؛ كما جاء الحديث الصَّحيح الثَّابت: (مَن بدَّل دينَه فاقتلوه).

ومنهم مَن لا يَعلم حكم شرب الخمور والمسكرات وما شابَهها، وأنَّها من أشدِّ المحرَّمات في شريعة الإسلام، فلا يحلّ لمسلم شربها أو بيعها، أو تقديمها للسَّائحين، وإن جرت بعض المنافع الزَّائلة؛ كما قال تعالى: (يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنَافِعُ لِلنَّاسِ وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِن نَّفْعِهِمَا وَيَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنفِقُونَ قُلِ الْعَفْوَ كَذَلِكَ يُبيِّنُ اللهُ لَكُمُ الآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ) كما أنَّ من المسلمين مَن لا يعرف الفرق بين السنَّة والشِّيعة والشّيوعيَّة، ولا الفرق بين الصوفيَّة والأشعريَّة وأهل السنَّة.

٢- النَّظر إلى عرَض الدنيا الفاني الزائل:

كما قال تعالى: (مِنكُم مَّن يُرِيدُ الدُّنْيَا وَمِنكُم مَّن يُرِيدُ الآخِرَةَ ثُمَّ صَرَفَكُمْ عَنْهُمْ لِيَبْتَلِيَكُمْ وَلَقَدْ عَفَا عَنكُمْ وَاللهُّ ذُو فَضْلٍ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ)[آل عمران: ١٥٢]، وإن كانت هذه الآية تخاطب الصَّحابة بأنَّ منهم مَن يريد الدنيا ومنهم مَن يريد الآخرة، مع أنَّ قلَّة قليلة منهم أرادت الدنيا إرادة عارضة سرعان ما رجعتْ إلى أصلها من حبّ الآخرة وإيثارها على الدنيا، فما بالكم بِحال المسلمين اليوم وقد أصبح الأصْل فيهم إلاَّ مَن رحم الله هو حبّ الدّنيا وإيثارها على الآخرة، فالبون حقًّا شاسع وبعيد!.

فترى من المسلمين الذي حينما يُسئل عن الاتّجار والبيع للخمور والمخدّرات، يقول بأنَّه لا مانع عنده بالطَّبع من بيعها والتّجارة فيها خصوصًا للسَّائحين والغرباء؛ لأنَّها على حدّ تعبيره تنعش الاقتصاد الدولي للبلد، كما أنَّها تعطي صورة وانطباعًا للغرب بأنَّ بلاد المسلمين فيها أناس منفتِحون على الغير.

وينسى هذا وأمثاله أنَّ التّجارة فى الخمر وإن كان فيها بعض الربح والكسب المادي الزَّائل؛ ولكنَّ إثمها وخطرها وهلاكها أشدّ وأخطر على الفرْد والمجتمع بأسره، من حيث الكسبُ الحرام، وصرف المال في غير حلّه، والطَّريق إلى الوقوع في الفاحشة والزّنا، وتضْييع الأبناء، ومحْق البركة، وجلْب أمراض يصعب الشّفاء منها بدون شقّ الأنفس أو الموت، وغير ذلك من المفاسد والمهلكات؛

كما قال تعالى في كتابه: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُواْ إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالأَنصَابُ وَالأَزْلاَمُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ) وكما جاء في الحديث عند الإمام أحمد في مسنده عن ثوبان - رضي الله عنه - قال: قال رسولُ الله ص -: (يُوشك أن تتداعى عليكم الأمم من كلّ أفق، كما تداعى الأكلة على قصعتها)، قلنا: يا رسول الله، أمِن قلّة منّا يومئذ؟ قال:(أنتم يومئذ كثير، ولكنَّكم غثاء كغثاء السيل، تنزع المهابة من قلوب عدوِّكم، ويجعل الوهن)، قالوا: وما الوهن؟ قال: (حب الدنيا وكراهة الموت).

وقِسْ على ذلك بيْع الدُّخان والخنزير وقد حرَّمه الله تعالى في كتابه، ورسوله صل في سنته.ويؤسف القلب، ويحزن النَّفس، أنَّهم يقدّمون لهؤلاء القادمين من غير بلاد الإسلام والتَّوحيد، يقدّمون لهم الخمْر والمَعازف والمسكرات، وإن شئت قلت في حياء وخجل: ويقدمون أيضًا صورًا من الدّعارة والزنا والفواحش، ولا حوْل ولا قوَّة إلاَّ بالله.

وكان الواجب عليهم أن يقدِّموا لهم الإسلام وشريعته الغرَّاء، ويقدّموا لهم القرآن الخالد المعجز من عند الله، والمثل الأعلى للأخلاق الإسلاميَّة والقيم العليا، ويقدِّموا لهم أعظم شخصيَّة عرفها التَّاريخ كلُّه؛ النَّبي ص بأخلاقه وآدابه، وشريعته وسنَّته، وصبره وجهاده.

يقدِّموا لهم طوق النَّجاة في الدنيا والآخرة، ويبيِّنوا لهم طريق الهداية والإيمان، ويعرفوهم بالله وأسمائه وصفاته، ودينه ومنهجه؛ لأنَّنا أمة الإجابة وهم أمَّة الدعوة كان عليهم أن يقيموا لهؤلاء القادمين من بعيدٍ أو قريبٍ المؤتمرات والنَّدوات الَّتي يعرفون منها طريق الإيمان بالله ورسوله، وطريق السَّعادة في الدَّارين، وينشروا لهم صحيفة أو كتبًا تبين لهم حقيقة هذا الدّين العظيم.

٣- التقليد الأعمى للغرب وأذنابهم:حيث نجد كثيرًا من هؤلاء لا يشغله عبادة الله تعالى، ولا يهمّه أمر دينِه وقيمه وأخلاقه، ولا يعبأ بآخرته وحسابه أمام الله تعالى يوم الحساب الحقّ، إنَّما شغله وهمُّه كلّه الظهور أمام الغير من المستغْربين والغرب أنَّه انفتاحي العصر، مرن السّلوك، عقلاني النَّظرة، لا يعارض الغير وإن كان كافرًا، ويقلّده وإن كان ملحدًا أو مشركًا، ولا حوْل ولا قوَّة إلاَّ بالله! وهذا عين ما قالَه النَّبيُّ ص في الحديث عن أبي سعيد الخدْري - رضِي الله عنْه - علم من أعلام نبوَّة الرَّسول ص يبيِّن فيه حال كثيرٍ من هذه الأمَّة في اتِّباعهم سبيل غير المؤمنين، ومشابَهتهم لأهل الكتاب من اليهود والنَّصارى، حيث جاء في روايات الحديث: قلنا: يا رسول الله، اليهود والنَّصارى؟ قال: فمن؟، وهذا التَّشبيه في المتابعة: شبرًا بشبرٍ وذراعًا بذراع، وفي رواية: حذو القذة بالقذة كناية عن شدَّة الموافقة لهم في المخالفات والمعاصي لا الكفْر

والقُذَّة بالضَّمّ هي ريش السَّهم، وهو دالّ على كمال المتابعة، ثمَّ إنَّ هذا اللّفظ خبر معناه النَّهي عن اتّباعهم، وعن الالتفات إلى غير الإسلام؛ لأنَّ نوره قد بهر الأنوار، وشرعته نسخت الشَّرائع، وقوله: حتَّى لو دخلوا جحر ضبٍّ لدخلتموه مبالغة في الاتّباع لهم، فإذا اقتصروا في الّذي ابتدعوه فستقتصِرون، وإن بسطوا فستبْسطون حتَّى لو بلغوا إلى غاية لبلغتموها.

٤- اتّباع الهوى: فكثير من هؤلاء أيضًا يقع في جلّ هذا المخالفات الشَّرعيَّة، لاتّباعه لهواه فحسب، ولإرضاء شهواتِه ونزواته ورغباته، فلو تطلَّبت شهوته التخلّي عن دينه لفعل، ولا حجْر عليه ولا حرج، وإذا أراد زوجتَه سافرة عارية فلا حرج ولا عيب، وإذا أراد شرب المسكرات والمحرَّمات فلا حرج ولا عيب.

وقد لا يفعل ذلك لكنَّه يُفتي به لغيره، من أصحاب السلطان والقرار، لينال بذلك عرَضًا من الدّنيا الفانية، ويبيع دينه لهواه ومبتغاه في غير حقّ ولا دين، وقد جاءت آيات القرآن تبيِّن وتحذّر من هذا المسلك المذْموم؛ كما قال تعالى: (أَفَرَأَيْتَ مَنِ اتَّخَذَ إِلَهَهُ هَوَاهُ وَأَضَلَّهُ اللهُ عَلَى عِلْمٍ وَخَتَمَ عَلَى سَمْعِهِ وَقَلْبِهِ وَجَعَلَ عَلَى بَصَرِهِ غِشَاوَةً فَمَن يَهْدِيهِ مِن بَعْدِ اللهِ أَفَلاَ تَذَكَّرُونَ) ٠

ثالثًا: وجوب العودة الصحيحة للكتاب والسنة.

يجب على وسائل الإعلام والقائمين على أمرها، وعلى كلِّ مسلم ومسلمة، أن يعلم علم اليقين، أنَّه لا يجوز التعرُّض لأحكام الشَّريعة الإسلاميَّة بغير علم ولا هدى ولا بصيرة، ولا يتكلَّم في ذلك إلاَّ أصحاب العلم الرَّاسخ، والفهم الصحيح للكتاب والسنَّة، كما يجب اتّباع الكتاب والسنَّة اتباعًا شرعيًّا صحيحًا، دون انحراف أو التِواء عن الصِّراط المستقيم، ولنعلم أنَّه لن يصلح آخر هذه الأمَّة إلاَّ بما صلح به أوَّلها، كما قال الإمام مالك، فلنُسْرِع الخُطا بالعودة إلى القرآن والسنَّة، وإلى الاستجابة لأحكامِها؛ فإنَّ فيهما الخير والهداية لنا إنْ أردْنا ذلك.

إنَّ الكتاب والسنَّة أصلان كبيرانِ لهذا الدّين؛ لأنَّهما ركن من أركان الإيمان، فمَن كفر بالكتاب أو بالسنَّة فقد كفر بالإسلام كلّه، فعلى كلّ مسلم أن يؤمِن بالكتاب والسنَّة، وأن يعظّمهما ويجلّهما ويخدمهما، قال تعالى: (ذَلِكَ وَمَن يُعَظِّمْ شَعَائِرَ اللهِ فَإِنَّهَا مِن تَقْوَى الْقُلُوبِ).

كما يَجب على كلِّ مسلم الإذعان لله ورسوله، والاعتِقاد بوجوب التِزام الكتاب والسنَّة، ووجوب متابعة النَّبيّ ص كما قال تعالى: فَلاَ وَرَبِّكَ لاَ يُؤْمِنُونَ حَتَّىَ يُحَكِّمُوكَ فِيمَا شَجَرَ بَيْنَهُمْ ثُمَّ لاَ يَجِدُواْ فِي أَنفُسِهِمْ حَرَجًا مِّمَّا قَضَيْتَ وَيُسَلِّمُواْ تَسْلِيمًا ومن هنا، فإنَّ الواجب على المسلم - رجُلاً كان أو امرأة - أن يعْلم عِلْم يقينيَ بوجوب أن يتقيَّد في كلِّ حركةٍ من حركاته، وسكنة من سكناتِه، ونفَس من أنفاسِه بالكتاب والسنَّة الَّتي جاء بها النَّبي المصطفى ص.

وقد حضَّت نصوصٌ كثيرة في الكتاب والسنَّة على وجوب الالتِزام بهما، فمن آيات القرآن في ذلك:

١- قوله تعالى:(أَطِيعُوا اللهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الأمْرِ مِنْكُمْ)[النساء: ٥٩].

أمَّا عن نصوص السنَّة النبويَّة، فمن ذلك ما يلي:

١- روي البخاري عن ابنِ مسعود - رضِيِ الله عنْه - قال: (أحسَن الحديث كتاب الله، وأحسن الهدْي هدي محمَّد ص وشرّ الأمور محدثاتُها، وإنَّ ما توعدون لآتٍ وما أنتم بمعْجزين).

٢- وروى الترمذي عن المقدام بن معدي كَرب رفعَه: (ألا هل عسى رجُل يبلغه الحديث عني، وهو متَّكئ على أريكتِه فيقول: بيننا وبيْنكم كتاب الله، فما وجدْنا فيه حلالاً استحللناه، وما وجدنا فيه حرامًا حرَّمناه، وإنَّ ما حرَّم رسول الله كما حرَّم الله).

ولأبي داود: (ألا وإنِّي أُوتيت الكتاب ومثْله معه، ألا يُوشك رجلٌ شبعان على أريكتِه ...)، الحديث.

٣- وفي خطبة النَّبيِّ ص في حجَّة الوداع حثَّ على التَّمسُّك بالكتاب والسنَّة حيث قال: (وقد تركتُ فيكم ما إن اعتصمْتُم به فلن تضلُّوا أبدًا، أمرًا بيِّنًا، كتاب الله، وسنة نبيِّه)؛ رواه مالك.

مظاهر التبعية الإعلامية فى العالم العربى

لا شك أن الواقع الإعلامي على المستوى الدولي بما يمثله من هيمنة وسيطرة غربية محكمة، قد ترك آثاراً سيئة على وسائل الإعلام ونظمه في دول العالم النامي ودول العالم العربي والإسلامي من هذه الدول التي تأثرت بهذا الواقع الإعلامي وما زالت تعاني من سلبياته ومشكلاته.

والإعلام في عالمنا العربي والإسلامي يشكو من مرض بالغ الخطورة، يتمثل فيما نسميه التقليد والتبعية لكن بدرجات متفاوته في دول العالم العربي والإسلامي،ويمكن إيجاز الأعراض التي تدل على الظاهرة المرضية فيما يلي:

١- الاعتماد على التقنية والخبرة الأجنبية، في بناء وتسيير البنى الأساسية للإعلام، في العديد من الدول العربية والإسلامية.

٢- استعارة المفاهيم والنظم والنظريات الإعلامية الغربية التي أصبحت تمارس في واقع العمل الإعلامي، وتدرس في المعاهد والجامعات في العالم العربي والإسلامي.

٣- استيراد المواد والبرامج الإعلامية من الدول الغربية وهي لا تنبع من قيم ومبادئ وتقاليد المجتمعات الإسلامية، ولا تلبي حاجاتها ولا تعالج مشكلاتها وقضاياها، فضلاً عن أنها تروج لأفكار الغرب وحضارته وتقاليده وقيمه.

٤- تسييس الإعلام وتسخيره لخدمة الأغراض السياسية والحزبية في كثير من دول العالم العربي والإسلامي، مما أفقده القدرة على الحركة والحرية والإبداع.

٥- تضخم الوظيفة الترفيهية لوسائل الإعلام، حتى طغت على الوظائف الأخرى، مع اشتداد حاجة المجتمعات العربية وهي تخوض معركة التنمية والبناء والتغيير إلى توظيف وسائل الإعلام لخدمة أغراض هذه المعركة الحضارية والاجتماعية الحاسمة.

٦- ضعف الاهتمام بالجوانب الفكرية والعلمية للإعلام، مما كان له أثر في عدم توفير المناخ الملائم لتطوير الفكر الإعلامي العربي المسلم، الذي يختلف عما سواه في أصوله وأهدافه وغاياته، وطرق ممارسته.

التحرر من التبعية ضرورة ومطلب

إن تحرر الإعلام العربي وتخليصه من التقليد، ضرورة لازمة، ومطلب حضاري لا غنى عنه وليس هذا التحرر ببدع على إعلامنا العربي، فهو مطلب مشروع للدول النامية بشكل عام وقد أقرت هذا المطلب اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الإعلام المنبثقة عن هيئة اليونسكو في وثيقتها رقم ٣٢ حيث تقول: إن تحرير وسائل الإعلام الوطنية، جزء لا يتجزأ من الكفاح الشامل من أجل الاستقلال السياسي والاقتصادي والاجتماعي، الذي تخوضه الغالبية العظمى من شعوب العالم، التي لا ينبغي أن تُحرم من حقها في بث الإعلام، وتلقيه بطرق موضوعية سليمة ويتساوى الاستقلال إزاء مصادر المعلومات، في أهميته مع الاستقلال التقني، لأن التبعية في مجال الإعلام تؤدي بدورها إلى تعطيل النمو السياسي والاقتصادي .

وبالإضافة إلى كون هذا التحرر للإعلام العربي من التبعية مطلباً مشروعاً في ضوء مقررات ومبادئ الهيئات الدولية، فإنه قبل ذلك وبعده ضرورة لازمة، لأن الأمة التي يعبر عنها الإعلام العربي ويخدمها هي أمة متميز، لها وضعها الخاص، ورسالتها الفريدة، فقد اختيرت لتكون أمة تحمل أمانة الإسلام، فتلتزم به عقيدة وشريعة، وتبلغ عنه دعوة وتبشيراً ومن طبيعة الرسالة الإسلامية أنها رسالة عالمية لكل البشر، وما أشد حاجة الإنسانية اليوم إلى الإسلام، لتؤوي إليه تثوب إلى كنفه فيعطيها الأمن والسعادة ويحقق لها ما تصبو إليه من آمال، وما تتطلع إليه من طموحات.

إن تحرر الإعلام العربي والاسلامى من التبعية ليس حاجة وطنية وقومية فحسب، بل حاجة إنسانية دولية وهاهو العالم اليوم يصارع من أجل إيجاد نظام إعلامي عالمي جديد، يكسر احتكار القوى المتسلطة، ويوفر الفرصة لتحقيق توازن إعلامي رشيد فهو يدرك تهافت النظام الإعلامي الحالي، ويعترف بقصوره، ويسعى إلى إسقاطه، ويبحث عن بديل له ونحن العرب والمسلمين نملك القدرة على الإسهام الإيجابي الفعال في إيجاد ذلك البديل، الذي تبحث عنه الإنسانية في عالم اليوم ولا نقول هذا الكلام من قبيل المبالغة والغرور بل هي الحقيقة التي يقررها الواقع فقد جرب العالم كثيراً من الحلول، وطرق كثيراً من المنافذ، بحثاً عن الخلاص،لكنه عاد خائباً محملاً بمزيد من المشكلات والمتاعب .

والإسلام بمنهجه الرباني الثابت، وقدرته على التجدد والمرونة في آن واحد قادر على أن يقدم الأصلح لعلاج المشكلات الدولية في مجال الاتصال والإعلام .

إن تحرر الإعلام العربي من التبعية والتقليد، هو الأمل المنشود الذي يتطلع إليه كل مخلص غيور ولن يتحقق هذا التحرر إلا عندما تتوسع دائرة الاعتماد على الذات في جميع ميادين الإعلام: صناعة، وفكراً، ونظاماً، وممارسة ولا بد من الإيمان العميق بأن نقطة الانطلاق في حركة تحرر الإعلام العربي من التبعية، تكمن في الإقرار العملي بأن النشاط الإعلامي بمختلف صوره وأشكاله وأنماطه إنما ينبع من التصورات العقدية والأيديولوجية للمجتمع الذي يعمل فيه، وينطبع بالقيم والتقاليد، ويتأثر بالظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية لذلك المجتمع لذلك فمن الضرورة أن نعمل على صياغة نظام إعلامي عربي إسلامي مميز في روحه وجوهره، ومنطلقاته، وأهدافه، ونظمه، وقوانينه، وطرقه وأساليبه.

ولاشك أن الإسلام بفكره وقيمه ومبادئه وحضارته هو الأصل الذي ينبغي أن يصدر عنه ذلك النظام الإعلامي المنشود، وهو الأساس الذي ينبغي أن يستند إليه صياغته للنشاط الإعلامي، وتحديد أبعاده ووظائفه ومسؤولياته في المجتمع العربي كما أن هذا النظام المنشود لا بد من أن يتفاعل مع الواقع الذي تعيشه المجتمعات العربية،وتتبلور أسسه وتنظيماته وممارساته بما يخدم مصالح هذه المجتمعات وحاجاتها، وبما لا يتعارض مع قيمها الأصيلة، وعاداتها وتقاليدها الصالحة، التي تعطيها التميز والاختلاف عن غيرها من المجتمعات التي تؤمن بالفلسفات والأفكار المادية الوضعية.

إن تحرير الإعلام العربي من ربقة التبعية والتقليد، والارتقاء به إلى مستوى الإبداع والاستقلال والذاتية، عمل شاق وكبير لذلك لا بد من أن تسهم في تحقيقه مختلف الفئات والجهات والمؤسسات ذات العلاقة بالنشاط الإعلامي، سواء على المستوى السياسي، أو المستوى العلمي الأكاديمي،أو المستوى العملي المهني، أو المستوى الاجتماعي والاقتصادي حسبنا في هذه العجالة أن نشير إلى بعض النقاط الهامة التي نعتقد أن عملية التحرير تنطلق فيها عبر المستويات المختلفة:

(أ) فعلى المستوى السياسي، لا بد من أن تؤمن الحكومات والأنظمة السياسية العربية بأهمية أن يكون هناك نظام إعلامي عربي له شخصيتة الذاتية،وأن يركز على مبادئ الإسلام وقيمه، ويلي الاحتياجات الحقيقية للمجتمع، ويقوم على أكتاف مواطني ذلك المجتمع ولا بد من أن ترسم لهذا النظام استراتيجية عامة واضحة المعالم، وسياسات عملية تقوم على أسس عملية واقعية، وأن يتمتع النظام بشيء من الحرية والمرونة التي تحقق المصلحة العامة، وألاّ يكبل النظام بالبيروقراطية والروتين.

(ب) وعلى المستوى الاجتماعي والاقتصادي، لا بد من العمل على تغيير النظرة التقليدية الدونية للنشاط الإعلامي التي تسود المجتمعات العربية ولابد من إقناع القطاع الحكومي والقطاع الأهلي بأهمية الاستثمار الاقتصادي في ميدان الإعلام، إذ أن النشاط الإعلامي اليوم نشاط مكلف اقتصادياً، مما يتطلب معه أن ينفق عليه بسخاء، وأن يحظى بالعناية القصوى والاهتمام الكافي.

(ج) وعلى المستوى الأكاديمي، لا بد من العناية بافتتاح وتدعيم كليات وأقسام، ومعاهد التدريس الأكاديمي للإعلام في كل قطر عربي، ولا بد من أن تتوافر لهذه الكليات والأقسام والمعاهد الإمكانات البشرية والمادية الملائمة، التي تجعلها تستطيع القيام بمهمتها في إعداد وتهيئة الكوادر الإعلامية المتخصصة، التي تسهم في دفع عجلة النمو الإعلامي ، وتعمل على تحقيق سياسة الاعتماد على الذات

كما أن هذا الاهتمام بالكليات والأقسام والمعاهد الإعلامية الوطنية، سيقلل من كثرة الإبتعاث إلى الخارج الذي يعد بصورته الحالية تكريساً لحالة التبعية والتقليد ، التي يعيش فيها الإعلام العربي المعاصر ولا ينبغي أن تقتصر مهمة هذه الجهات الأكاديمية على الإعداد الأكاديمي والمهني الصرف، بل لا بد لها من أن تعنى بالإعداد الفكري والأخلاقي المتميز للكوادر التي تخّرجها.

أهم المصادر والمراجع

١- الإعلام والاتصال بالجماهير؛ د. إبراهيم إمام، دار الأنجلو، القاهرة.

٢- الإعلام الإسلامي وخطر التدفق الإعلامي الدولي- د. مرعي مدكور.

٣- تاريخ الطبري.

٤- سنن البخارى وأبوداؤود ومسلم وابن ماجه.

٥- الإعلام الإسلامي في القنوات الفضائية- د. عبدالقادر طاش.

٦- البث المباشر التحدي الجديد- عبدالرحمن عسيري.

٧- الإعلام والدعاية، عبداللطيف حمزة .

٨- مفاهيم إعلامية من القرآن الكريم - سيد محمد الشنقيطي.

٩- الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية- محيي الدين عبدالحليم.

١٠-الدعوة الإسلامية: مفهومها وحاجة المجتمعات إليها- محمد خير رمضان يوسف .

١١-أصول الإعلام الإسلامي وأسسه- سيد محمد الشنقيطي .

١٢-الإعلام موقف- محمود سفر.

١٣-أبناؤنا بين وسائل الإعلام وأخلاق الإسلام- منى حداد يكن.

١٤- اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي . إجلال خليفة.

١٥- الإذاعة الإسلامية. يحيى بسيوني مصطفى

١٦- الأسس العِلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي. عبدالوهاب كحيل

١٧- أصول الإعلام الإسلامي. إبراهيم إمام

١٨- أصول الإعلام الحديث وتطبيقاته. إبراهيم محمد سرسيق.

١٩- الأصول التطبيقية للإعلام الإسلامي. سيد محمد الشنقيطي
٢٠- أضواء على الإعلام في صدر الإسلام. محمد عجاج الخطيب.
٢١- الإعلام الإسلامي. عبدالعزيز صقر ٠
٢٢- الإعلام الإسلامي الدولي بين النظرية والتطبيق. محمد علي العويني .
٢٣- الإعلام الإسلامي: المرحلة الشفهية. إبراهيم إمام .
٢٤- الإعلام الإسلامي: مفاهيم وتجارب. زهير الأعرجي.
٢٥- الإعلام الإسلامي: منطلقات وأهداف. محمد المنتصر الريسوني
٢٦- الإعلام السياسي والإسلام- موسى زيد الكيلاني.
٢٧- الإعلام الشيوعي المعاصر وأثره في الأمة الإسلامية. يوسف محيي الدين أبو هلالة .
٢٨- الإعلام في ديار الإسلام: بداية ورسالة. يوسف محيي الدين أبو هلالة.
٢٩- الإعلام في صدر الإسلام. عبداللطيف حمزة .
٣٠- الإعلام في العصر الحديث ودوره في تبليغ الدعوة الإسلامية. محمد محمود متولي .
٣١- الإعلام في القرآن الكريم- محمد عبدالقادر حاتم ٠
٣٢- الإعلام في المجتمع الإسلامي. حامد عبدالواحد .
٣٣- الإعلام: نشأته، أساليبه، وسائله، ما يؤثر فيه. يوسف محيي الدين أبو هلالة .
٣٤- الإعلام وأثره في نشر القِيَم الإسلامية وحمايتها. محمد إبراهيم نصر .
٣٥- الإعلام والبيت المسلم. فهمي قطب الدين النجار.

٣٦- الإعلام اليهودي المعاصر وأثره في الأمة الإسلامية. يوسف محيي الدين أبو هلالة .
٣٧- الأمن والإعلام في الدولة الإسلامية. فهد عبدالعزيز حمد الدعيج.
٣٨-بحوث في الإعلام الإسلامي: توجيهات إسلامية لمقاومة الشائعات، لنشر أخبار الجريمة، لنشر أخبار الجنس. محمد فريد محمود عزت.
٣٩-البرامج الإعلامية بين الواقع والأمل. سيد محمد الشنقيطي.
٤٠- التصور الموضوعي لدراسة الإعلام الإسلامي- سيد محمد الشنقيطي.
٤١- التليفزيون الإسلامي ودوره في التنمية- يحيى بسيوني مصطفى، عادل الصيرفي.
٤٢- الجانب الإعلامي في خطب الرسول ص - محمد إبراهيم محمد إبراهيم.
٤٣- الجوانب الإعلامية في حياة الرسول ص العامة في مكة. عبدالوهاب كحيل.
٤٤- حكم الإسلام في وسائل الإعلام. عبدالله ناصح علوان.
٤٥- دراسات في فن التحرير الصحفي في ضوء معالم قرآنية. محمد فريد محمود عزت .
٤٦- الدعوة الإسلامية والإعلام الديني. عبدالله شحاتة.
٤٧- دور الإعلام الإسلامي في بناء الإنسان المثالي. محمد كامل الخجا.
٤٨- الرأي العام الإسلامي وقوى التحريك. زهري الأعرجي.
٤٩- الرأي العام في الإسلام. محيي الدين عبدالحليم. -
٥٠- الرأي العام في الإسلام. محمد عبدالرؤوف بهنسي.
٥١- رحلة الضياع للإعلام العربي المعاصر. يوسف العظم. .

٥٢- السيطرة الصِّهْيونية على وسائل الإعلام العالمية. زياد أبو غنيمة.
٥٣- الشخصية الإسلامية مؤسسة إعلامية. زهير الأعرجي.
٥٤- الصحافة في ضوء الإسلام. مصطفى إبراهيم الدميري.
٥٥- الصحافة المسمومة. أنور الجندي.
٥٦- صفات مقدِّمي البرامج الإسلامية في الإذاعة والتليفزيون. محمد خير رمضان يوسف.
٥٧- ضوابط الإعلام في الشريعة الإسلامية . يوسف محمد قاسم.
٥٨- عاطفة الحب بين الإسلام ووسائل الإعلام. عبدالرحمن واصل.
٥٩- مقومات نجاح الصحافة الإسلامية. منير حجاب .
٦٠- العلاقات العامة والخاصة في الإسلام. يوسف محمد عبدالمقصود.
٦١- الفِلم القرآني. عبدالرحمن الباني.
٦٢- القدوة الحسنة وأثرها في الإعلام بالإسلام. عبدالله سعد الضيَّاف.
٦٣- مبادئ الإعلام الإسلامي. منير حجاب.
٦٤- المدخل لدراسة الإعلام الإسلامي. عمارة نجيب.
٦٥- المسؤولية الإعلامية في الإسلام. محمد سيد محمد.- القاهرة:
٦٦- من عُمق الروح وصُلب الفكر: دراسات في الأدب والتاريخ والإعلام الإسلامي.
٦٧- من قضايا الإعلام في القرآن. رمضان لاوند.
٦٨- منهج الإعلام الإسلامي في صُلح الحديبيَة. سليم عبدالله حجازي.
٦٩- موازين الإعلام في القرآن الكريم. عز الدين بليق.
٧٠- نحو إعلام إسلامي. كامل البوهي. - القاهرة: ،
٧١-٦نحو بلاغة تليفزيونية في البرامج الدينية. إبراهيم إمام.

٧٢-النظرة الإسلامية للإعلام: محاولة منهجية. محمد كمال الدين إمام.
٧٣- - نظريات الإعلام الإسلامي: المبادئ والتطبيق. منير حجاب. - الإسكندرية: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
٧٤- النفوذ اليهودي في الأجهزة الإعلامية والمؤسسات الدولية. فؤاد سيد عبدالرحمن الرفاعي.
٧٥- وسائل الاتصال الجماهيري في الإسلام. أسامة يوسف شهاب.
٧٦- وسائل الإعلام المطبوعة في دعوة الإخوان المسلمين. محمد فتحي علي شعير.
٧٧- وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة. محمد موفق الغلايين.
٧٨- الوسائل الصحفية وتحديات المجتمع الإسلامي المعاصر. إجلال خليفة.
٧٩- الوظيفة الإعلامية للشعر الإسلامي المعاصر في قضية فلسطين. محمد منير الجنباز.
٨٠- الوفود في العهد المكي وأثرها الإعلامي- علي رضوان أحمد الأسطل.

الفهرس

مقدمة ٢

الباب الأول الأهمية والخصائص والتطور ٤

تعريف الاعلام ٥

وظيفة الإعلام : ٦

تطور وظائف الإعلام (الكلاسيكية والمعاصرة والسياسية) ٧

تعريف الإعلام الإسلامي: ٨

حكم الإعلام الإسلامي: ١٠

وظائف الإعلام الإسلامي: ١١

أهمية الإعلام المقاوم: ١٣

أهداف الإعلام الإسلامي: ١٥

الغاية من الإعلام في الإسلام: ٢٠

خصائص الإعلام الإسلامي ٢٠

الإعلام الديني جزء من الإعلام   الإسلامي ٢٦

الباب الثانى ضرورة الاعلام الاسلامى ٢٧

الإعلام الإسلامي ضرورة ٢٨

حاجة الأمَّة إلى الإعلام الإسلامي: ٣٠

ما هو الإعلام الإسلامي الذي نريد ؟ ٣٠

لماذا الإعلام الإسلامي ؟ ٣٤

كيف نصل إلى الإعلام الإسلامي ؟ ٣٩

محاولة إيجاد نظام قوي للإعلام الإسلامي ٤٤

الباب الثالث وسائل الاعلام الاسلامى ودواعى الظهور ٤٧

وسائل الإعلام الإسلامي ٤٨

دواعي ظهور الإعلام الإسلامي ٥٦

الباب الرابع خطط واستراتيجيات الاعلام الاسلامى ٥٩

استراتيجية التطوير: ٦٠

محاور إستراتيجية التطوير:... ٦٠

آليات تطبيق الإستراتيجية: ٦٣

عوامل نجاح الإستراتيجية:.. ٦٤

حلول لتخطى عوائق النجاح:.. ٦٥

إستراتيجية الإسلاميين لملف الإعلام في المرحلة القادمة: ٦٨

خطط واستراتيجيات لمواكبة التكنولوجيا المتطورة: ٧٢

التأثيرات المحتملة... ٧٧

كيفية مواجهة البث المباشر للأقمار الصناعية... ٨٣

العلاج الممكن حالياً ٨٦

الباب الخامس مشاكل الاعلام الاسلامى... ٨٨

ضعف إمكانيات الإعلام الإسلامي: ٨٩

تصوُّرات منهجيَّة فاسِدة: ٩٠

العلمانيَّة والتغريب في العالم الإسلامي:.. ٩٠

غياب البحث العلمي والتخطيط في النشاط الدعوي الإعلامي:.................................... ٩١

• تراجع الاستقلال الفكريً وسيطرة الحكومات على بعض المؤسسات الإعلامية. ٩٢

• الهجمة الشرسة الإعلامية الغربية على الإعلام الإسلامي. ٩٣

حقد الليبراليين والعلمانيين على المؤسسات الإعلامية الإسلامية. ٩٦

سيطرة رؤوس الأموال مالكة القنوات ومحاولة التدخل في شؤونها. ٩٦

ضعف المنهج الإسلامي عند بعض العاملين ٩٧

ضمور الطاقات الإدارية الفعَّالة في إدارة المؤسسات الإعلامية: ٩٨

• العنصرية والحزبية المقيتة: ٩٩

سطحيَّة التفكير الاستراتيجي: ٩٩

العرض في الظروف الطارئة: ١٠١

ضعف الاختراق الإعلامي لغير المسلمين: ١٠٢

ضعف التخصص النوعي في الخطاب الإعلامي الإسلامي: ١٠٤

ندرة اللقاءات الدورية بين المؤسسات ووسائل الإعلام:.................................. ١٠٥

كثرة الاستهلاك والإنتاج المكرر: ١٠٥

ماذا يواجه الإعلام الإسلامي على الساحة الدولية؟.. ١٠٦

مشاكل منظمات الإعلام الإسلامي : ١٠٦

حلول للمشاكل التي تواجه الاعلام الاسلامي.. ١٠٨

توظيف التقنية في خدمة الإعلام الإسلامي... ١١٠

الباب السادس تحديات... ١١٥

تحديات الوجود ١١٦

الإعلام الإسلامي والمرحلة الراهنة... ١١٩

الإعلام في المجتمع المسلم.. ١٣٤

الإعلام وثقافة التطاول.. ١٣٨

دور وسائل الإعلام الإسلامي في خدمة الدعوة إلى الله ١٤٢

دَوْر الإعلام الإسلاميِّ في خدمة قضايا الأمَّة.. ١٤٥

سيادة المسلمين على أرضهم: ١٥٠

المُحاولات الدَّوْوبة لتشويه الإسلام: ١٥١

الباب السابع ضوابط الخطاب الاعلامى الاسلامى ١٥٢

كيف يخاطب المسلمون وسائل الإعلام؟.. ١٥٣

ضوابط الخطاب الإعلامي للمسلمين: ١٥٣

محاذير الخطاب الإعلامي للمسلمين: ١٥٧
أخطاء الإعلام الإسلامي التقليدي: ١٦٠
مضمون الخطاب ومرتكزاته:.. ١٦٨
الباب الثامن منثورات... ١٧٠
الإعلام بين الإفساد ونصر الإسلام ١٧١
الأحكام الشرعية بين وسائل الإعلام والإسلام ١٧٢
مظاهر التبعية الإعلامية في العالم العربي... ١٨٨
التحرر من التبعية ضرورة ومطلب ١٩٠
أهم المصادر والمراجع ١٩٥
الفهرس.. ٢٠٠